

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia mempunyai sekitar 200 juta penduduk, hal ini membuat Indonesia seringkali disebut sebagai pasar potensial digital. Sebab, sampai saat ini sudah ada sekitar 88,1 juta pengguna internet aktif di Indonesia.<sup>1</sup> Internet sebagai alat penyebaran informasi secara menyeluruh dapat menjadi sarana komunikasi antar individu tanpa terhalang batas ruang dan waktu.<sup>2</sup> Teknologi internet sangat berpengaruh dalam dunia bisnis. Teknologi internet juga membawa umat manusia kedalam perekonomian digital atau *digital economics*.<sup>3</sup> Semakin banyak kegiatan perekonomian yang dilakukan melalui internet. Seperti perdagangan, semakin banyak orang yang mengandalkan *e-commerce* sebagai media jual beli.

Menurut Rieyeke Ustadiyanto, *E-commerce* atau yang biasa disebut perdagangan elektronik mempunyai karakteristik kontrak jual beli perdagangan antara pelaku usaha dan konsumen yang dilakukan melalui media internet sehingga proses pemesanan barang, transaksi sampai pengantaran barang dikomunikasikan melalui internet.<sup>4</sup> Margaretha Rosa berpendapat bahwasanya *E-commerce* menjadi sarana jual beli antara pembeli dan penjual atau pihak-pihak yang lain dalam jalinan kontrak yang memakai media elektronik yang dalam sistemnya tidak perlu saling bertatap muka dan transaksi dilakukan secara lintas ruang dan waktu. Cara ini memberikan akses tanpa batas, cepat, dan interaktif bagi konsumen dalam memperoleh suatu produk sesuai keinginan.<sup>5</sup>

Semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia membuat pelaku usaha atau penjual untuk melakukan promosi terhadap barang atau jasa melalui

---

<sup>1</sup> <https://www.liputan6.com/tekno/read/2435997/3-fakta-mengejutkan-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses pada tanggal 1 September 2021 pukul 20.44 WIB.

<sup>2</sup> Rieyeke Ustadiyanto, 2002, *Framework E-Commerce*, Andi, Yogyakarta, hlm. 1.

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Margaretha Rosa Anjani dan Budi Santoso, 2018, *Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia*, Jurnal Law Reform, Vo. 14 No. 1, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20239/13879>.

internet. Tidak hanya dalam sektor bisnis dan perekonomian, namun perdagangan elektronik juga mampu merubah pola hidup masyarakat. Pada masa kini banyak media sosial yang kegunaannya bukan hanya sebagai media untuk beteman namun juga sebagai toko *online*. Toko *online* memungkinkan penjualan tanpa bertemunya penjual dan pembeli. Aktifitas yang dilakukan pelaku usaha dalam toko *online* salah satunya mempromosikan jasa atau barang yang ditawarkan. Toko *online* juga memudahkan konsumen menemukan jasa atau barang yang diinginkan. Semua penawaran, detail jasa atau barang yang diinginkan, cara pengantaran barang, cara membayar barang atau jasa yang diinginkan di promosikan lewat toko *online* ini.

Toko *online* tidak hanya memberikan peluang terhadap pelaku usaha atau perusahaan yang bebisnis lewat internet. Toko *online* juga berbagi keuntungan kepada konsumen dalam berbelanja. Selain dapat menghemat waktu berbelanja, barang yang ditawarkan melalui toko *online* juga lebih bervariasi daripada toko *offline*. Tidak hanya itu, toko *online* juga memberikan kemudahan dalam mengantarkan barang yang telah dipesan konsumen untuk sampai ke alamat yang dituju. Konsumen juga tidak perlu bersusah-susah keluar rumah hanya untuk sekedar berbelanja. Semua hal dapat dilaksanakan di dalam rumah dengan internet. Keuntungan lainnya yang didapatkan oleh konsumen yaitu konsumen dapat melakukan transaksi tanpa batas waktu atau 24 jam, harga yang ditawarkan juga relatif murah apabila dibandingkan dengan toko *offline*. Para konsumen juga dapat berhubungan dengan kosumen lainnya mengenai barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha, konsumen dapat melihat-lihat dahulu barang yang akan dibeli dengan sepuasnya.

Sekarang Indonesia sedang ramai dengan kehadiran toko *online* yang berwujud pasar online (*e-commerce*). Berkumpulnya pelaku usaha dan konsumen dalam sebuah situs *website e-commerce* dimana dalam satu situs *website* terdapat banyak penjual yang melaksanakan penjualan barang dan jasa secara *online*.<sup>6</sup> Pembeli dapat merasakan kemudahan dalam mencari barang dan jasa yang diinginkan.

---

<sup>6</sup> Cita Yustisia Serfiani, R. Serfianto D. Purnomo, dan Iswi Hariyani, 2013, *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm. 15.

*E-commerce* yang ada di Indonesia antara lain Zalora, Shopee, Bukalapak, Pomelo, Lazada, Tokopedia. Tokopedia.com ialah salah satu *e-commerce* yang cukup terkenal di Indonesia. Tokopedia banyak menawarkan berbagai macam jenis barang seperti alat perlengkapan rumah, pakaian, perlengkapan bayi, sepatu, alat kosmetik, elektronik dan masih banyak lagi. Banyak konsumen yang menyukai berbelanja di Tokopedia dikarenakan banyaknya kemudahan dan keuntungan yang didapatkan. Seperti dengan adanya layanan COD (*Cash On Delivery*) ke lebih dari 100 kota di Indonesia dan gratis ongkir. Potongan harga dan garansi uang kembali juga menjadi salah satu cara promosi pihak Tokopedia untuk menarik konsumen.

Akan tetapi, dengan hadirnya *e-commerce* tidak menutup kemungkinan adanya kecurangan yang dapat merugikan pihak konsumen. Adanya syarat dan ketentuan yang dibuat sepihak oleh *e-commerce* juga menjadi suatu kelemahan *e-commerce* itu sendiri. Syarat dan ketentuan tersebut dapat menguntungkan pelaku usaha dan dilain sisi dapat merugikan pihak konsumen dikarenakan konsumen yang tidak teliti dengan menyetujui syarat dan ketentuan yang ada tanpa mengetahui konsekuensinya.

Kecurangan yang pelaku usaha lakukan juga banyak terjadi pada saat transaksi online telah dilakukan. Wujud kecurangan yang dilakukan antara lain ialah pada saat konsumen sudah membayar sejumlah uang untuk pembelian barang namun barang tersebut tidak dikirimkan, terkadang juga konsumen dikirimkan barang yang tidak sesuai deskripsi yang tertera, pada saat konsumen telah melakukan pembayaran ternyata dari pihak pelaku usaha menyatakan bahwa stok barang yang dibeli habis atau pelaku usaha menganggap konsumen melanggar syarat dan ketentuan yang ada sehingga transaksi dibatalkan sepihak oleh pelaku usaha.

Seperti yang dikutip dari Detik *News* pada *news.detik.com* tanggal 1 September 2021, dalam berita surat pembaca tersebut menuturkan bahwa terdapat konsumen Indonesia bernama Sayid yang menanggung kerugian karena pembatalan transaksi *online* secara sepihak yang dilakukan oleh pihak Tokopedia. Awal mula seorang konsumen Indonesia yang bernama Sayid

tersebut mengalami kerugian dimulai pada tanggal 31 Agustus 2021, Sayid memesan 4 kartu perdana menggunakan voucher yang diperoleh dari Bank Mandiri sejumlah Rp.100.000 Voucher tersebut mempunyai ketentuan minimal transaksi sejumlah Rp.150.000. Sayid memesan kartu perdana tersebut yang mempunyai harga satuan sejumlah Rp.40.000 dengan total Rp.160.000. Dikarenakan Sayid memesan kartu perdana tersebut menggunakan voucher sehingga Sayid hanya perlu membayar sejumlah Rp.67.000. Namun pesanan Sayid dibatalkan begitu saja oleh Tokopedia, dan voucher Sayid senilai Rp.100.000 tidak dikembalikan.

Hal serupa juga terjadi pada salah satu konsumen Indonesia lainnya, yaitu Agus Kusmawan yang dikutip dari media konsumen pada [mediakonsumen.com](http://mediakonsumen.com). Awal mula terjadinya pembatalan transaksi sepihak yang dialami Agus Kusmawan dimulai pada tanggal 2 Agustus 2018 pukul 21.15 WIB, Agus Kusmawan memesan 1 pcs Black & Decker seharga Rp 100.000. Hari berikutnya pukul 11.20 WIB Agus Kusmawan melakukan pembayaran melalui salah satu minimarket sesuai kesepakatan. Namun ternyata pada hari yang sama pukul 11.21 WIB pemesanan atas nama Agus Kusmawan dibatalkan secara sepihak oleh Tokopedia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka Penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi yang berjudul “**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PEMBATALAN TRANSAKSI ONLINE SECARA SEPIHAK OLEH PIHAK TOKOPEDIA.**”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pihak Tokopedia dapat melakukan pembatalan transaksi *online* secara sepihak?
2. Apa bentuk perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pembatalan transaksi *online* yang dilakukan oleh pihak Tokopedia?

### C. Ruang Lingkup Penelitian

Penulis dalam melakukan penelitian ini akan membatasi variabel masalahnya agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan mendalam. Oleh sebab itu, pada penelitian ini hanya difokuskan pada perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pembatalan transaksi *online* secara sepihak oleh pihak Tokopedia.

### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk mengetahui dan memahami apakah diperbolehkan jika pihak Tokopedia melakukan tindakan pembatalan transaksi secara sepihak kepada pihak konsumen dengan tanpa memberikan informasi terlebih dahulu kepada konsumen.
- b. Untuk memahami dan mengetahui bentuk perlindungan hukum seperti apa yang berhak konsumen dapatkan terkait dengan tindakan pembatalan transaksi *online* secara sepihak yang dilakukan oleh pihak Tokopedia

#### 2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada berbagai pihak antara lain :

##### a. Manfaat Teoritis

Memberikan pembahasan mengenai solusi dari permasalahan yang telah dirumuskan dan menjadi penemuan baru di bidang perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan faedah pada kepustakaan di bidang konsumen.

##### b. Manfaat Praktis

- 1) Untuk memberikan edukasi mengenai bentuk perlindungan yang berhak didapatkan oleh konsumen apabila mengalami

pembatalan secara sepihak oleh pelaku usaha khususnya oleh *e-commerce*.

- 2) Memberikan saran bagi konsumen dan pelaku usaha sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan.

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif yaitu dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.<sup>7</sup> Soerjono Soekanto memberikan pandangan terhadap definisi pendekatan yuridis normatif sebagai sebuah penelitian hukum yang dilaksanakan dengan cara meneliti data sekunder atau bahan pustaka belaka atau dinamakan penelitian hukum kepustakaan.<sup>8</sup> Penelitian ini berdasarkan pada teori-teori yang diperoleh dari pendekatan Undang-Undang, bahan pustaka, dan kasus.

### **2. Pendekatan Masalah**

Penulisan dalam penelitian menggunakan metode pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum. Dalam pendekatan konseptual peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.<sup>9</sup>

### **3. Sumber Data**

---

<sup>7</sup> Amirudin dan Zinal Asikin, 2018, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Cetakan 10, Rajawali Pers, Depok, hlm. 118.

<sup>8</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2019, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan 19, Rajawali Pers, Depok, hlm. 13.

<sup>9</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hlm. 11.

Dalam penelitian yuridis normatif ini, penulis menggunakan sumber data sebagai berikut :

- a. Bahan Hukum Primer adalah bahan-bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum mengikat, dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa bahan hukum primer yakni :
  - 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
- b. Bahan Hukum Sekunder yang dipergunakan dalam skripsi ini adalah bahan-bahan yang berhubungan dengan bahan bacaan dari bahan hukum primer berupa buku, artikel, jurnal yang berkaitan dengan judul.
- c. Bahan Hukum Tersier merupakan bahan-bahan penunjang lain yang ada keterkaitan dengan pokok-pokok rumusan permasalahan, memberikan kejelasan terhadap apa isi informasi, dan uraian terhadap bahan hukum sekunder dan bahan hukum primer, seperti kamus dan bahan-bahan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

#### **4. Cara Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data yang dimaksud di atas, penulis akan menggunakan data melalui studi kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini yang sesuai dengan kajian tersebut di atas yang 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

Hasil analisis data dalam penelitian ini akan disajikan secara analisa kualitatif, yaitu data yang diperoleh, kemudian disusun secara rinci dan sistematis untuk selanjutnya dianalisa secara kualitatif, untuk mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas.<sup>10</sup> Dalam hal ini yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pembatalan transaksi *online* secara sepihak oleh pihak Tokopedia berdasarkan fakta yang ada dikaitkan dengan literature yang berhubungan.

---

<sup>10</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, 1990, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Cetakan 4, Ghalia Indonesia, Jakarta, hlm. 118.