

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi di berbagai aspek kehidupan adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari, dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat.¹ Salah satu dampak dari kemajuan teknologi yang dekat dengan kehidupan dan gampang ditemukan yaitu kemajuan teknologi digital seperti jaringan internet dan komputer, dibuktikan dengan semakin bertambahnya pengguna internet di Indonesia. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII, pada tahun 2022 pengguna aktif internet di Indonesia mencapai 210 juta pengguna, dengan begitu berarti 77 persen penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap cara berpikir dan perilaku manusia.²

Dengan kemajuan teknologi digital tersebut, segala kemudahan dapat dirasakan oleh semua kalangan dari dewasa hingga anak-anak. Kemudahan-kemudahan tersebut tentunya membawa dampak positif dan dampak negatif bagi keberlangsungan hidup. Salah satu dampak positif yang dirasakan adalah kemudahan dalam transaksi jual beli guna memenuhi

¹ Hendro Setyo Wahyudi dan Mita Puspita Sukmasari, "Teknologi dan kehidupan masyarakat", *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 3 No. 1 (2018), hlm. 13.

² Intan Rakhmayanti Dewi, 2022, Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>, (diakses pada 25 Oktober 2022 pukul 13.30 WIB).

kebutuhan sehari-hari, kita bisa melakukan berbagai hal dan mendapatkan berbagai informasi hanya dengan menggunakan perangkat digital.

Jual beli yang kita kenal yaitu transaksi yang menimbulkan adanya kewajiban untuk menyerahkan barang dari produsen atau pelaku usaha selaku penjual kepada konsumen selaku pembeli. Jual beli yang seperti ini mengharuskan adanya pertemuan antara produsen atau pelaku usaha dan konsumen pada suatu tempat yang mereka sepakati. Proses terjadinya transaksi ini tentu saja membuat konsumen harus meluangkan waktu ditengah kesibukan dalam beraktivitas sehari-hari.

Kemajuan zaman juga membawa kita pada transaksi jual beli yang dilakukan secara konvensional kemudian dapat dilakukan melalui jaringan internet yang disebut dengan *Electronic Commerce* atau biasa disingkat dengan *E-Commerce*.³

Electronic Commerce atau *E-commerce* adalah cara untuk memasarkan suatu produk secara *online* melalui jaringan internet yang dianggap sebagai bisnis efektif, asalkan para pihak yang terlibat harus betul-betul paham dalam menggunakan jaringan internet tersebut. Dibuktikan dengan jumlah nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada kuartal I 2022 mencapai Rp. 108,54 Triliun.⁴

³ S. Sahabuddin, "Transaksi Konvensional Dengan Transaksi *E-Commerce* (Pendekatan Komparatif)", *Jurnal Lex Specialis*, No. 20 (2017), hlm. 25.

⁴ Yohana Artha Uly, 2022, *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp 108,54 Triliun di Kuartal I-2022*, <https://money.kompas.com/read/2022/08/03/211200826/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp-108-54-triliun-di-kuartal-i-2022?page=all>, (diakses pada 25 oktober 2022 pukul 14.15 WIB).

Jual beli secara *e-commerce* ini tidak menuntut produsen atau pelaku usaha dan konsumen bertemu pada suatu tempat. Konsumen dapat melakukan transaksi dimanapun selama tersedianya jaringan internet pada perangkat digitalnya. Selain itu, keuntungan dari adanya *e-commerce* ini yaitu pilihan barang menjadi sangat beragam dengan harga yang relatif terjangkau bahkan cenderung lebih murah dengan berbagai promo atau potongan harga yang diberikan. Transaksi ini tidak hanya memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan jual beli bagi konsumen tetapi juga bagi produsen atau pelaku usaha untuk memasarkan barang sehingga terjadinya efisiensi dari segi waktu dan biaya.⁵

Mekanisme transaksi secara *e-commerce* mirip dengan transaksi jual beli secara konvensional namun ada beberapa tahapan yang tidak dilakukan pada transaksi konvensional. Pada transaksi secara *online* atau *e-commerce* terdapat beberapa tahap yaitu:

- a. Tahap penawaran atau promosi barang yang dilakukan oleh produsen atau pelaku usaha selaku penjual, dalam hal ini penawaran dilakukan pada *platform* Tokopedia;
- b. Tahap penerimaan oleh pihak konsumen selaku pembeli;
- c. Tahap kesepakatan antara kedua belah pihak untuk melakukan jual beli secara *online*;

⁵ Daniel Alfredo Sitorus, 2015, "Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (*E-Commerce*) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata", (PhD Thesis, UAJY), hlm. 2.

- d. Tahap pembayaran yang dilakukan oleh konsumen melalui jasa perbankan yang telah dipilih oleh pihak Tokopedia; dan
- e. Tahap pengiriman yang dilakukan melalui perantara kurir.

Kesepakatan atau kontrak yang ditimbulkan dalam transaksi *e-commerce* mirip dengan kontrak yang timbul dari transaksi jual beli secara konvensional karena terdiri dari penawaran dan penerimaan. Karena sebuah kesepakatan selalu dimulai dengan penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lain.

Transaksi jual beli *e-commerce* seperti ini tentunya juga memiliki risiko, terlebih bagi konsumen karena sebelum membeli konsumen hanya melihat gambar dan deskripsi barang yang tertera saja, berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana konsumen bisa melihat secara langsung dan memegang barang yang ingin dibeli. Dalam transaksi ini sering kali ditemukan adanya itikad tidak baik dari produsen atau pelaku usaha seperti mengabaikan kewajibannya yang kemudian menimbulkan kerugian bagi konsumen. Hal seperti ini dapat menimbulkan keluhan dari konsumen yang kemudian meminta tanggungjawab kepada produsen atau pelaku usaha. Tanggungjawab yang dimaksud dapat berupa pengembalian barang hingga pengembalian uang yang telah dibayarkan oleh konsumen kepada produsen atau pelaku usaha.⁶

⁶ Rizka Adi Nugroho dan Prihati Yuniarlin, "Pelaksanaan Jual Beli Secara *Online* Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata", *Media of Law and Sharia*, Vol. 2 No. 2 (2021), hlm. 192.

Transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 atau disebut dengan UU ITE. Terdapat juga Peraturan Pemerintah atau PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Sedangkan Pengaturan mengenai perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disingkat UUPK yang bertujuan untuk melindungi dan memperhatikan hak dan kewajiban konsumen.⁷

Jual beli secara *e-commerce* sekarang dilakukan pada *platform-platform* jual beli seperti Tokopedia. Tokopedia menyediakan wadah bagi pelaku usaha baik Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM maupun perorangan agar bisa melebarkan usahanya dengan cara menggunakan jaringan internet. Dengan begitu penjualan tidak hanya terfokus pada suatu tempat atau daerah tertentu saja, tetapi bisa dijangkau oleh semua orang dimanapun mereka berada. Pembeli pun diberi kebebasan untuk memilih produk sesuai kebutuhan mereka tanpa adanya tekanan dari pihak manapun.⁸

Pada model transaksi seperti ini, baik produsen atau pelaku usaha maupun konsumen hanya mengandalkan prinsip saling percaya dalam bertansaksi, hal ini menyebabkan lemahnya kedudukan konsumen. Oleh karena itu, perlu adanya payung hukum untuk melindungi konsumen dari

⁷ Ni Komang Ayu Nira Relies Rianti, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Hal Terjadinya Hortweighting Ditinjau Dari Undang-Undang RI No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol. 6 No. 4 (2017), hlm. 523.

⁸ Cholifatu Rohmah, Devy Setiyani, dan Widi Nugrahaningih, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam *E-Commerce*", *Prosiding HUBISINTEK*, Vol. 1 (2020), hlm. 55.

tindakan yang dapat merugikan serta memberikan perlindungan terhadap konsumen.⁹ Selain itu, juga untuk menumbuhkan rasa percaya pada diri konsumen, karena transaksi seperti ini pasti akan menjumpai berbagai masalah terkait perlindungan konsumen dan keabsahan transaksi yang dilakukan secara *online*.

Perlindungan Konsumen sendiri memiliki arti keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang timbul dalam kegiatannya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur apasaja upaya-upaya yang dilakukan agar tercapainya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. Hak dan kewajiban konsumen tersebut diatur secara jelas dalam pasal 4 dan 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, antar lain adalah hak merasa nyaman dalam bertransaksi, merasa aman, untuk memperoleh informasi secara benar, hak untuk mengetahui kondisi barang yang akan diberi secara jelas, mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar, dan yang paling penting adalah hak untuk mendapatkan advokasi serta perlindungan dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi akibat dari transaksi *online*.

Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, diharapkan membawa dampak positif bagi perekonomian di Indonesia karena produsen atau pelaku usaha dipaksa untuk meningkatkan kualitas atas produk yang mereka hasilkan sehingga produk tersebut memiliki

⁹ Rizka Syafriana, "Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik", *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1 No. 2 (2017), hlm. 430.

keunggulan yang kemudian dapat mengangkat harga dari produk tersebut serta dapat melindungi konsumen dari tindakan-tindakan yang dilakukan oleh produsen atau pelaku usaha yang berpotensi merugikan konsumen. Sehingga kemungkinan untuk konsumen protes atas barang yang dibeli menjadi semakin kecil.

Salah satu kasus yang terjadi yaitu seorang konsumen bernama Enjum melakukan pembelian produk Nestle Bear Brand pada Sabtu, 9 juli 2021 dengan nomor pemesanan INV/20210709/MPL/1393628889. Produk Nestle Bear Brand tersebut dikirim menggunakan layanan *sameday* gojek karena produsen atau pelaku usaha hanya akan memproses pesanan jika konsumen setuju apabila pengiriman dilakukan menggunakan layanan gojek atau grab. Sebelum membeli produk tersebut, pak Enjum telah dengan teliti membaca deskripsi dari produk tersebut serta telah melakukan cek riwayat penjualan. Pada deskripsi produk tertulis kalau produk tersebut adalah 1 Dus Nestle Bear Brand dengan jumlah 30 kaleng didalamnya. Namun saat barang sampai ditujuan dan telah dibuka oleh konsumen, terdapat ketidaksesuaian jumlah yang dikirim dengan yang tertera pada deskripsi produk di *platform* Tokopedia yang telah ia baca sebelumnya, dimana Pak Enjum hanya menerima 24 kaleng Nestle Bear Brand. Kemudian Pak Enjum mengajukan komplain kepada produsen atau pelaku usaha, namun produsen atau pelaku usaha beralasan jika itu terjadi karena kesalahan dalam menuliskan deskripsi produk. Merasa dirugikan, Pak Enjum memberi pilihan kepada produsen atau pelaku usaha untuk

mengembalikan uang 6 kaleng yang kurang atau meminta pengembalian dana senilai 6 kaleng yang kurang tersebut. Tetapi produsen atau pelaku usaha tidak mau dan menyarankan konsumen tersebut untuk melakukan pengembalian barang saja, namun konsumen hanya mau mengembalikan barang jika biaya pengiriman sebelumnya dan pengembalian ditanggung oleh produsen atau pelaku usaha, karena konsumen merasa kesalahan ada pada pihak produsen atau pelaku usaha.¹⁰

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masih banyak masalah tentang perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online* atau *e-commerce*, dengan ini penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih lanjut terkait dengan masalah tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pemenuhan hak konsumen dalam rangka perlindungan hukum oleh Tokopedia?
2. Bagaimanakah upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen saat terjadi ketidaksesuaian barang yang dikirim?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan pastinya harus mempunyai tujuan yang jelas agar penelitian tersebut sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis bentuk pemenuhan hak konsumen dalam rangka perlindungan hukum oleh Tokopedia.

¹⁰ Enjum Jumhemi, 2021, *Masalah Jumlah Produk yang Tidak Sesuai Deskripsi di Tokopedia*, <https://mediakonsumen.com/2021/07/10/suratpembaca/masalah-jumlah-produk-yang-tidak-sesuai-deskripsi-di-tokopedia>, (diakses pada tanggal 2 November 2022 pukul 10.30 WIB).

2. Untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen saat terjadi ketidaksesuaian barang yang dikirim.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan tentunya harus mempunyai manfaat dan diharapkan berguna bagi ilmu pengetahuan dan bagi kepentingan masyarakat dan negara. Secara umum, manfaat dari penelitian yang dilakukan ini dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam bidang hukum terutama mengenai Perlindungan Konsumen pada transaksi yang dilakukan secara *online* pada umumnya dan transaksi yang dilakukan pada aplikasi Tokopedia khususnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi pihak-pihak yang terkait dalam transaksi jual beli secara *online* pada aplikasi Tokopedia. Selain itu dapat menjadi sumber informasi, ilmu pengetahuan, dan sumber literatur pembelajaran dalam bidang hukum dagang pada umumnya dan hukum perlindungan konsumen khususnya. Serta menambah wawasan penulis dalam bidang hukum.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Pada sub bab ini akan diberikan sistematika penulisan skripsi ini yang bertujuan agar pembaca mudah dalam memahami. Skripsi ini akan terbagi menjadi 5 Bab yang nantinya pada masing-masing bab akan

menjelaskan ruang lingkupnya masing-masing. Berikut urutan dari setiap bab yang akan dijelaskan:

Bab Pertama, merupakan bagian pendahuluan yang akan memberikan gambaran secara umum tentang permasalahan yang akan diteliti. Berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematikan penulisan yang akan dilakukan.

Bab Kedua, berisikan tinjauan pustaka mengenai permasalahan yang akan diteliti. Bagian ini akan menjelaskan definisi dari perlindungan hukum, perlindungan konsumen, perjanjian, jual beli *online*, wanprestasi dan Tokopedia.

Bab Ketiga, membahas mengenai metode yang akan dilakukan dalam penelitian, yang berisikan jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta analisis data.

Bab Keempat, berisikan pembahasan yang akan terbagi menjadi 2 sub bab. Yang pertama akan menjelaskan mengenai Bentuk perlindungan hukum yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online* secara umum dan yang dilakukan di Tokopedia secara khusus. Kemudian sub bab kedua akan menjelaskan bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian dalam jual beli *online* secara umum dan yang dilakukan di Tokopedia secara khusus.

Bab Kelima, merupakan bagian penutup dalam penelitian ini, yang akan berisikan kesimpulan dari permasalahan yang ada dan saran bagi para pihak yang terlibat.