

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupan, manusia mempunyai peraturan yang dijadikan pedoman. Peraturan ini biasa disebut dengan Hukum. Hukum dan masyarakat saling berhubungan satu sama lain yakni dimana ada hukum sudah pasti ada masyarakat. Hukum merupakan suatu perintah, ijin atau larangan mengenai perilaku yang dapat diperbuat atau perilaku yang tidak boleh dilakukan dengan maksud mengatur tata tertib dalam kesejahteraan bermasyarakat. Hukum perlindungan konsumen sangat berpengaruh dalam masyarakat karena berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat. Hukum perlindungan konsumen dibentuk agar konsumen Indonesia merasa terlindungi karena konsumen adalah pihak yang hak-haknya kerap dikesampingkan oleh para pelaku usaha.¹

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pengertian perlindungan konsumen adalah “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Kepastian hukum yang dimaksud tersebut adalah untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen, dengan cara memberikan informasi kepada konsumen mengenai barang atau jasa, serta menumbuhkan perilaku pelaku usaha yang adil, jujur serta bertanggung jawab terhadap konsumen.

¹ Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, hal. 22.

Dalam Ketentuan Umum Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak sebagai berikut :

1. Hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Telah dijelaskan dalam pasal diatas, konsumen yaitu pihak yang hak-haknya kerap dikesampingkan oleh para pelaku usaha, Janus Sidabalok

mengemukakan 4 alasan yang mendasari konsumen harus diberikan perlindungan yaitu sebagai berikut :²

1. Memberikan perlindungan kepada konsumen berarti juga termasuk memberikan perlindungan terhadap semua masyarakat sesuai dengan tujuan dari UUD 1945;
2. Memberikan perlindungan kepada konsumen dapat meminimalisir dampak negatif dari kemajuan teknologi terhadap konsumen ;
3. Memberikan perlindungan kepada konsumen dapat membuat konsumen merasa aman dan bisa menyeimbangkan sumber dana dan pembangunan.

Dalam era globalisasi ini, banyak teknologi yang sudah berkembangnya, diantaranya yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Perkembangan ini dapat mengakibatkan perubahan dalam bidang sosial, budaya, dan ekonomi. Munculnya teknologi Internet dalam era ini sangat berdampak positif bagi seluruh masyarakat bangsa Indonesia. Dampak positif dari munculnya internet yaitu berkembangnya teknologi sehingga dapat memberikan peluang dalam bidang bisnis. Ecommerce adalah salah satunya, Electronic commerce atau sering disebut ecommerce merupakan seluruh kegiatan jual beli yang di lakukan dalam media elektronik.³ Berbeda dengan Marketplace, ecommerce menggunakan website usaha untuk menarik perhatian dan meningkatkan penjualan produk.

E-commerce berkembang sangat pesat di Indonesia, di tengah pandemi covid -19, bisnis jual beli melalui E-commerce ini mengalami pertumbuhan

² Janus sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.

³ Aldwin Nayoan, "Apa itu Ecommerce? Berikut Pengertian, Jenis, serta Manfaatnya!", dikutip dari www.niagahoster.co.id diakses pada 2 Oktober 2021 pukul 12.58 WIB

mencapai 33,2 persen dari 2020 yang hanya Rp253 triliun menjadi Rp337 triliun pada tahun 2021. Perkembangan ini disebabkan karena teknologi yang semakin maju dan dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi sangat membantu kemajuan bisnis jual beli ini.⁴ Menurut Bank Indonesia, E-commerce mengalami pertumbuhan setiap tahunnya mencapai 15,4 persen. Bahkan, penjualan nilai transaksi (gross merchandise value/GMV) e-commerce naik 54 persen dari USD21 miliar pada 2019 menjadi USD32 miliar (atau setara dengan Rp266,3 triliun) dan terus naik menjadi USD83 miliar pada 2025.⁵

Sistem Ecommerce mempunyai banyak kekurangan, antara lain :

1. Tidak bisa melihat barang.

Dalam sistem ecommerce, pelanggan tidak bisa melihat produk atau jasa yang dijual secara nyata atau langsung, hal tersebut tidak mampu menjamin produk atau jasa yang diperoleh mempunyai kualitas yang sama dengan yang dijanjikan.

2. Resiko besar.

Pada saat melakukan jual beli Online, saat konsumen memutuskan untuk membeli barang, maka tidak dapat dipungkiri adanya resiko yang dapat terjadi kepada konsumen tersebut. Risikonya antara lain yaitu keterlambatan pengiriman, rentan penipuan, banyak kasus ketika pembeli telah melakukan pembayaran yang sudah sesuai dengan yang mereka janjikan, tetapi penjual

⁴ Firman Hidranto, "*Bisnis Ecommerce semakin gurih*", dikutip dari www.indonesia.go.id diakses pada 2 oktober 2021 pukul 14.11 WIB

⁵ Tim BPKN, "*Kajian Perlindungan E-Commerce di Indonesia*" dikutip dari www.bpkn.go.id diakses 2 Oktober 2021, hlm. 1. pukul 14.23 WIB

tidak mengirim barang/produk tersebut. Selain itu banyak terjadi pencurian data pribadi dan pencurian kartu kredit.

3. Harus mengandalkan teknologi informasi dan komunikasi yang kuat.

Dalam bertransaksi Online lewat Ecommerce, harus mempunyai dukungan perangkat yang memadai seperti smartphone, komputer/laptop, serta jaringan internet yang kuat. Jika terjadi masalah dengan internet, misalnya tidak ada jaringan, maka konsumen tidak dapat melakukan transaksi penjualan dan tidak dapat membeli produk yang diinginkan.

4. Tidak adanya Peraturan dan Undang-undang yang secara rinci mengatur mengenai bisnis Ecommerce.

5. Membutuhkan cara yang efisien dalam mengirim barang.

Pengiriman menjadi bagian yang sangat penting dalam bisnis ecommerce, pelaku usaha harus mempertimbangkan aspek pengiriman, antara lain :

- a. Tarif pengiriman

Dalam hal ini, pelaku usaha diwajibkan untuk mengatur cara pengiriman yang akan pelaku usaha gunakan, yaitu tarif flat atau gratis.

- b. Kemasan

Pelaku usaha harus memakai kemasan. Pelaku usaha bisa menggunakan kemasan berdesain khusus produknya atau kemasan yang biasa tanpa ada logo produknya.

- c. Jasa Pengiriman

Pelaku usaha harus memilih jasa pengiriman yang cepat, bertanggung jawab dalam mengantar barang yang dibeli oleh konsumen.

d. Pengiriman untuk return dan refund

Pelaku usaha harus menentukan syarat-syarat yang harus dipenuhi konsumen pada saat mereka akan mengajukan pengembalian dana atau barang, misalnya, konsumen harus melakukan video unboxing paket dari awal dibuka sampai dengan akhir, dan pelaku usaha sebaiknya menuliskan peraturan siapa pihak yang membayar ongkos kirim jika terjadi pembatalan atau pengembalian.

Di Indonesia ada banyak E-commerce yang menawarkan keamanan dalam berbelanja Online, salah satunya yaitu *Shopee*. *Shopee* merupakan aplikasi mobile commerce yang berpusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited, dan di Indonesia dikelola oleh PT.Shopee Internasional Indonesia. Saat pertama kali muncul, *shopee* sebagai marketplace *consumer to consumer* (C2C). Namun kini mereka telah beralih ke model hibrid C2C dan *business to consumer* (B2C) semenjak meluncurkan *Shopee Mall* yang merupakan platform toko daring untuk brand ternama. *Shopee* Indonesia selalu mengalami peningkatan dan perkembangan. Tahun 2017, aplikasi *shopee* telah di unduh oleh 80.000.000 (delapan puluh juta) pengguna dengan lebih dari 4.000.000 (empat juta) penjual dan lebih dari 180.000.000 (seratus delapan puluh juta) produk aktif. Pada kuartal keempat tahun 2017, *Shopee* melaporkan nilai perdagangan bruto (GMV) sebesar US\$1,6 miliar, naik 206% dari tahun

2016⁶ dan pada tahun 2018 mempunyai nilai total GMV sebesar US\$2,7 miliar, naik 153% dari tahun 2017.⁷

Meskipun *Shopee* di klaim sebagai salah satu ecommerce yang menawarkan keamanan, nyatanya sering terjadi kecurangan terhadap konsumen yang dilakukan oleh para pelaku usaha. kasusnya antara lain :

1. Pembobolan akun *Shopee*, data para konsumen diambil lalu dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk disalahgunakan, selain itu, para pelaku pembobolan juga mengambil uang dan membeli barang menggunakan dana pemilik akun *Shopee*.⁸ Hal ini terjadi karena keamanan *shopee* yang lemah sehingga akun dari konsumen bisa diretas oleh para pihak yang tidak bertanggung jawab.
2. Pengaduan cukup sulit, ada beberapa kasus konsumen yang komplain kepada pihak *Shopee* karena memiliki masalah dengan pengembalian dana atau barang, akun yang diretas oleh orang lain, dan penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha, tetapi oleh pihak *Shopee* tidak diperhatikan, tanggapan kepada konsumen yang dirugikan memakan waktu sangat lama.⁹

⁶ <https://www.nst.com.my/business/2017/11/306106/shopee-records-80-mil-downloads-over-2-years>, diakses pada tanggal 3 oktober 2021 pukul 08.50 WIB

⁷ Jimenez, Neil. "Shopee is The TopEcommerce Wbsite In Sea" Dikutip dari <https://www.gizguide.com/2018/12/shopee-is-the-top-e-commerce-website-in-sea.html>. Diakses pada tanggal 3 oktober 2021 pukul 08.57 WIB

⁸ Nurfalah, Ahsan. "Shopee Tidak Serius Mengatasi Kasus Penipuan dan Penyalahgunaan SPayLater yang Melibatkan Akun Penjual - Media Konsumen" Dikutip dari <https://mediakonsumen.com/2021/09/02/surat-pembaca/shopee-tidak-serius-mengatasi-penipuan-penyalahgunaan-spaylater-yang-melibatkan-akun-penjual/amp>, diakses pada 3 Oktober 2021 pukul 09.42 WIB

⁹ Abdillah, Alfinn. "Kebijakan Toko Online Shopee.co.id yang Merugikan Konsumen" Dikutip dari <https://www.kompasiana.com/amp/djangobinladen/5989d9cf867f384e083c4172/kebijakan-toko-online-www-shopee-co-id-yang-merugikan-konsumen>, diakses pada 3 oktober 2021 pukul 10.02 WIB

3. Wanprestasi, terjadinya ketidaksesuaian antara barang yang telah diterima dengan barang yang dibeli oleh konsumen.¹⁰ Penipuan ini biasa dilakukan oleh para pelaku usaha dengan menawarkan barang yang tidak sama dengan gambar yang ditawarkan pada halaman toko, sehingga para konsumen merasa mereka ditipu atau dirugikan. Selain itu, banyak dari pelaku usaha yang mengirimkan barang tidak layak pakai kepada konsumen.

Menurut Ketentuan Umum Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak yang wajib dilindungi dari konsumen yaitu kepastian hukum. Kepastian hukum yang dimaksud dalam e-commerce antara lain jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen, hukum yang digunakan dan juga hukum mana yang dapat diterapkan saat terjadi suatu wanprestasi.

Meskipun peraturan mengenai hak konsumen dan kewajiban konsumen sudah tersedia, namun masih banyak kasus yang penyelesaiannya belum maksimal dan banyak pelaku usaha yang masih mengesampingkan hak dari konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi E-commerce Pada Situs Belanja Online Shopee**”

¹⁰ Tim Qonsumen, “Berbelanja di Shopee” dikutip dari www.qonsumen.com , diakses Pada 3 Oktober 2021 pukul 10.04 WIB

B. Rumusan Masalah

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis yuridis perlindungan hak konsumen pada transaksi ecommerce *Shopee* menurut ketentuan Hukum di Indonesia, berdasarkan pokok masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana bentuk upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi E-commerce Shopee ?
2. Bagaimana bentuk pertanggung jawaban Shopee kepada konsumen yang merasa dirinya dirugikan dalam transaksi jual beli di Shopee ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu agar lebih memahami apa saja upaya-upaya perlindungan hukum di Indonesia terhadap konsumen yang haknya dirugikan dalam transaksi e-commerce Shopee serta memahami apa saja upaya pertanggung jawaban yang dilakukan oleh pihak Shopee terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli di Shopee.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai upaya-upaya perlindungan hukum yang diberikan oleh Shopee dan hukum Indonesia bagi konsumen.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan pemahaman bagi konsumen agar lebih memahami hak-haknya sebagai konsumen, serta memberikan informasi

mengenai tindakan apa yang dapat diambil jika konsumen tersebut merasa dirinya dirugikan pada saat melakukan transaksi jual beli di Shopee

E. Metode Penelitian

Penelitian hukum adalah penelitian yang didasari hukum sebagai objeknya, baik hukum sebagai aturan atau ilmu, maupun hukum yang berkaitan dengan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Setelah proses analisis dilakukan, maka hal selanjutnya yang perlu untuk dilakukan adalah melakukan pemeriksaan secara mendalam mengenai fakta hukum yang telah ditemukan, yang selanjutnya diusahakan untuk menciptakan jalan keluar atas suatu permasalahan yang lahir akibat adanya fenomena hukum yang ada.

Sehingga dapat diambil kesimpulan, bahwa metode penelitian yaitu cara ilmiah untuk mendapatkan data yang bertujuan untuk membuktikan, memahami, menjelaskan secara sistematis sehingga dapat menemukan jawaban dari masalah yang diajukan. Metode penelitian meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipilih penulis dalam penelitian ini yaitu penelitian yuridis normatif. Jenis penelitian hukum yang dilakukan secara yuridis normatif tertuju kepada hukum yang 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.¹¹ Penelitian hukum normatif ini didasarkan kepada bahan hukum primer dan sekunder, yaitu penelitian yang

¹¹ Amiruddin & Zainal asikin, 2012. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, Hal 118.

mengacu kepada norma-norma yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan.¹²

2. Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian yuridis normatif, yaitu melalui pendekatan undang-undang (statute approach). Pendekatan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang penormannya menjadi sumber utama dalam meneliti tentang hak dan perlindungan untuk konsumen.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yaitu menggunakan data yang langsung di dapat dari masyarakat baik secara langsung atau wawancara, dan observasi.¹³ Data sekunder diperoleh melalui dokumen-dokumen yang telah ada, seperti buku, tesis, skripsi dan peraturan perundang-undangan.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian (Library Research)

Penulis dalam melakukan pengumpulan data menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dan studi dokumen (dokumen study), yang secara langsung mempelajari undang-undang, buku, situs di internet dan melalui media massa yang dapat mempermudah penulis dalam menulis penelitian berdasarkan masalah yang dihadapi.

¹² Soeryono Soekarto, 1984. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta : UI Press , Hal 20.

¹³ Bambang Waluyo, 1996. *Penelitian Hukum Dalam Praktik*, Jakarta : Sinar Grafika. Hal. 16

5. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat pengumpulan data studi dokumen, yaitu alat yang digunakan di dalam penelitian yang dilakukan dengan mempelajari dokumen, gambar, dokumen elektronik untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang di kaji oleh penulis.

6. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan oleh penulis yaitu teknik kualitatif dan analisis yang merupakan cara untuk menentukan apakah ada hubungan antara data yang digunakan dan di kumpulkan dengan masalah yang sedang diteliti agar menghasilkan data yang benar.¹⁴

7. Penarikan Kesimpulan

Penulis akan menarik kesimpulan menggunakan cara deduktif, yang merupakan cara menarik kesimpulan atau hasil akhir yang sudah jelas, dan dapat dipastikan benar, lalu akan dibandingkan dengan data yang ada di lapangan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini dibagi menjadi 4 bab, yang terdiri dari :

Bab I Pendahuluan, yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang diteliti, selanjutnya rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

¹⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hal. 221.

Bab II menguraikan tentang pengertian konsumen dan pelaku usaha, hak serta kewajiban para konsumen, pengertian perlindungan konsumen, pengertian e-commerce, sejarah shopee, hubungan hukum antara para pihak, lalu bentuk perlindungan hukum kepada para konsumen Shopee mengenai kerugian yang mereka alami dalam bertransaksi. Lalu menjelaskan mengenai hubungan hukum yang terjadi di antara pelaku usaha dengan konsumen, kerugian apa saja yang dialami oleh konsumen di Shopee, serta perlindungan hukum yang dapat melindungi para konsumen saat bertransaksi menurut peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan konsumen.

Bab III menjelaskan mengenai apa saja bentuk tanggung jawab pelaku usaha, Serta membahas proses perjanjian yang dilakukan oleh para pihak yaitu konsumen dan Shopee, dan bagaimana pertanggung jawaban pihak Shopee kepada konsumen yang merasa dirinya telah dirugikan pada saat bertransaksi jual beli di Shopee

Bab IV berisikan simpulan serta saran yang dapat ditarik atas hasil penelitian dan pembahasan di dalam penulisan skripsi ini.