

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kemajuan teknologi memberikan dampak signifikan dalam kehidupan manusia sebagai kebutuhan dalam kelangsungan hidup. Perubahan masyarakat menjadi digital akibat teknologi yang berkembang sehingga dorongan persaingan memperoleh keuntungan. Menurut Pasal 1 Ayat (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diperbarui dengan UU No. 1 Tahun 2024, transaksi elektronik merupakan perlakuan hukum melalui perangkat komputer. Maka, transaksi elektronik dapat dilakukan tanpa pertemuan fisik antara pihak-pihak terkait (Benedicta, 2023).

Dalam keseharian transaksi elektronik diejawantahkan pada bentuk jual beli *online*. Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli merupakan janji salah satu pihak berjanji memberikan produk, dan pihak lain berkomitmen membayarkan sesuai kesepakatan. Karakter konsensual jual beli ini dijelaskan dalam Pasal 1458 KUH Perdata, yaitu transaksi jual beli dinyatakan segera setelah kedua pihak menyepakati mengenai produk serta harga, walaupun barang tersebut belum diberikan atau harga belum dibayarkan (Sasmita, 2022). Pasal 1458 juga menyebutkan pasca tercapainya kesepakatan tentang barang serta harga, pelaku usaha dengan konsumen wajib melaksanakan kewajibannya, yang menciptakan keseimbangan antara kedua pihak (Ramadhan, 2023).

Kedua belah pihak berkewajiban memenuhinya, dimana pelaku usaha antara lain adalah menyerahkan barang sebagai obyek jual beli, penjaminan barang bebas dari kecatatan tersembunyi, dan memberikan perlindungan hukum terhadap

konsumen dari gangguan pihak ketiga. Sementara kewajiban utama konsumen adalah pembayaran harga membeli sesuai dengan waktu serta lokasi sesuai kesepakatan perjanjian (Pasal 1513 KUH Perdata). Sebuah bisnis tidak berfungsi tanpa konsumen memanfaatkan penawaran dari pengusaha (Rokfa, 2022).

Slogan "the customer is king" oleh Cesar Ritz, lebih dari menarik konsumen, namun berfokus pada kewajiban pelaku usaha dalam memastikan kepuasan pelanggan. Meskipun pelaku usaha memegang kendali, konsumen banyak mengalami kerugian. Dalam sistem jual beli online melalui pembayaran *Cash On Delivery (COD)*, justru pengusaha banyak dirugikan, karena pembayaran baru dilakukan setelah barang diterima. Jika konsumen membatalkan transaksi dengan disengaja ataupun tidak, baik konsumen sendiri atau otomatis oleh sistem, pelaku usaha menanggung kerugian, sehingga barang tersebut dikembalikan kepada pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian pihak penjual. Kerugian pengusaha mencakup hilangnya waktu serta benda yang terjual namun wajib harus dikembalikan ke penjual tanpa memperoleh keuntungan dari penjualan tersebut (Fauzi, 2022).

Dalam situasi ini, konsumen gagal pemenuhan kewajiban bagi pembeli serta pelanggaran perjanjian telah disepakati disaat transaksi jual-beli berlangsung. Dalam bertransaksi secara *online* bukan sekedar konsumen dirugikan namun pengusaha juga bisa merugi (Ardhya, 2020). Hal ini tentunya merugikan pengusaha, mengingat terdapat berbagai tipe pengusaha berupa berperan *reseller* ataupun dalam bidang kerajinan. Pasal 1 ayat (3) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagai individu serta berbadan hukum atau tidak, dimana didirikan dan beroperasi pada wilayah hukum Indonesia, secara individu

atau dalam kerjasama dengan perjanjian untuk penyelenggaraan beragam aktivitas perekonomian (Yogasnumurti, 2024).

Kemunculan berbagai platform jual-beli *online* adalah sebuah pengembangan teknologi, dimana belanja yang praktis dan cepat menjadi dasar dari interaksi digital. Disamping itu, perdagangan *online* menjadi sebuah sektor yang mendukung ekonomi bertumbuh di Indonesia salah satunya melalui *ecommerce* (Husna, 2022). Banyak para ahli yang menyimpulkan pengertian transaksi jual beli *online*. Makarim (dalam Ardhya), adalah transaksi yang hamper sama pada transaksi konvensional . Tanpa adanya para pihak yang sepakat maka tidak ada transaksi dalam sebuah perikatan. Sehingga perjanjian jual beli ini disebut dengan kontrak elektronik atau *electronic contract* yang memadupadankan antara jaringan (*networking*) melalui sistem dengan basis komputer (*computer cased information system*). Terdapat bermacam-macam jual beli *online* di Indonesia mulai dari website berbagai website hingga *platform* komunikasi seperti WhatsApp. WhatsApp menawarkan kemudahan dalam berkomunikasi langsung dengan konsumen, memberikan informasi secara *real-time*, serta menjawab pertanyaan konsumen dengan cepat. Namun, efektivitas penggunaan WhatsApp sebagai sarana untuk memenuhi kewajiban informasi menurut Pasal 6 huruf (b) UU No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen wajib dipastikan agar informasi diberikan tidak disalahgunakan atau disalahpahami oleh konsumen. Pelaku usaha wajib memberikan kepastian informasi disampaikan melalui WhatsApp sesuai dengan kenyataan dan tidak menyesatkan.

Kejelasan informasi adalah aspek utama yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam komunikasi melalui WhatsApp. Informasi mengenai deskripsi

produk, harga, kondisi barang, serta kebijakan pengembalian harus disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami konsumen. Hal tersebut penting dalam menjauhi kebingungan ataupun kesalahan yang dapat merugikan pembeli. Sebagai contoh, jika sebuah produk memiliki kekurangan atau cacat, pelaku usaha harus secara jujur menyampaikan hal tersebut kepada konsumen.

*Cash On Delivery* adalah metode pembayaran disukai serta banyak digunakan kini. Menurut Badan Pusat Statistik jual-beli *online* melalui metode pembayaran COD sebesar 83,11% tahun 2022 (BPS, 2022). Pembayaran COD dengan membayar penuh barang dipesan, baik tunai ditempat ataupun saat barang tiba. Metode tersebut menguntungkan kedua belah pihak, dimana penjual dapat meningkatkan reputasi bisnis, sementara pembeli yang tidak memiliki kartu debit atau layanan perbankan online lebih mudah melakukan pembayaran. Selain itu, pembeli juga dapat mengembalikan barang jika tidak sesuai deskripsi (Narida, 2021).

Pembeli dalam praktiknya mengabaikan prosedur pembayaran COD seperti tidak mau membayar setelah barang dikirim atau menghindar saat barang tiba, sehingga merugikan penjual. Maka, kerugian tersebut bukan hanya dirasakan pembeli namun penjual. Sehingga pelaku usaha membutuhkan kepastian hukum dalam menghadapi kasus yang banyak menimpa pelaku usaha terkait ketidaksesuaian perilaku konsumen dalam melakukan pembayaran *COD* yang merugikan pelaku usaha. Terlebih perlunya hukum terhadap pelaku usaha disamping mendapatkan hak serta kewajiban yang sesuai dengan undang-undang berlaku.

Transaksi jual beli *online* maupun konvensional kedua pihak harus dilandasi itikad yang baik. Sebagaimana UU No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen Pasal 6 terkait kewajiban konsumen salah satunya dalam huruf (b), dimana kewajiban konsumen beritikad baik untuk melaksanakan transaksi pembelian barang serta jasa dan juga pada Pasal 7 huruf (a), dimana kewajiban pelaku usaha berniat baik melaksanakan kegiatan usaha (Handriani, 2020).

Dalam kasus jual beli *online*, banyak ditemukan kelalaian konsumen terhadap kewajibannya. Ardhya (2020) jika keterkaitan hukum dalam sebuah pihak melanggar kewajiban terhadap perjanjian telah disepakati sehingga pihak tersebut adalah wanprestasi. Dalam kasus ini, konsumen membatalkan pesanan secara sepihak setelah barang dikirim dan diantar oleh kurir, tanpa alasan yang jelas dan tanpa membayar pesanan, sehingga konsumen gagal memenuhi kewajibannya. Tindakan ini merugikan pelaku usaha, karena menimbulkan kerugian pada modal barang, waktu pengemasan, tenaga, dan bahan baku usaha. Perbuatan konsumen melanggar kewajiban beritikad baik yang diatur dalam Pasal 5 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, konsumen mengabaikan hak pengusaha menerima pembayaran sesuai kesepakatan dalam Pasal 6 UU yang sama.

Seperti pada kasus terjadi di sebuah toko di Kediri, Tabanan Toko Fashion Precious Project, Toko Fashion Precious Project di Tabanan memanfaatkan layanan pesan instan seperti WhatsApp untuk mempermudah transaksi dengan pelanggan. Toko ini menghadapi kasus gagal *Cash On Delivery* yang signifikan. Seorang pelanggan memesan beberapa item pakaian melalui WhatsApp melalui metode pembayaran *COD*. Pesanan tersebut dikonfirmasi dan dikirim ke alamat yang

ditentukan. Namun, ketika tiba di lokasi, pelanggan tidak ada di tempat dan tidak dapat dihubungi. Upaya untuk menghubungi pelanggan melalui WhatsApp juga tidak membuahkan hasil. Akibatnya, paket harus dikembalikan ke toko, menyebabkan kerugian finansial dan operasional bagi Precious Project. Kasus ini menyoroti tantangan yang dihadapi oleh bisnis dalam mengelola transaksi *Cash On Delivery*, khususnya dalam hal ketidakpastian kehadiran pelanggan dan komunikasi yang terputus.

Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak secara eksplisit mengatur sanksi konsumen yang tidak beritikad baik pada konteks perlindungan hukum represif. Namun, konsumen dikenai sanksi berwujud kewajiban pembayaran kerugian pelaku usaha, pembatalan perjanjian, peralihan risiko, serta biaya perkara apabila sengketa sampai pengadilan (Purwani, 2024).

Hal ini tidak dialami oleh pelaku usaha Toko Fashion Precious Project saja namun pelaku usaha penjual pakaian yang lainnya juga banyak mengalami kerugian yang disebabkan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian guna menunjukkan implementasi perlindungan hukum pada pengusaha sesuai Pasal 6 huruf (b) UU No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen Tahun 1999 yaitu hak dilindungi hukum dari tindakan konsumen dengan itidak buruk melalui bentuk skripsi dengan judul “Implementasi Pasal 6 Huruf (b) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Penjual Pakaian Metode *Cash On Delivery* Melalui WhatsApp”.

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

1. Pasal 1457 KUHPPerdata Jual beli dipahami sebagai sebuah perjanjian sebuah pihak dengan komitmen menyerahkan barang, dan pihak lain berkewajiban membayarkan harga sesuai kesepakatan namun pada kenyataan justru konsumen tidak mau membayar harga dari barang dijanjikan
2. Pasal 1458 KUHPPerdata bahwasanya jual-beli diantara kedua belah pihak setelah individu telah memperoleh sepakat terkait benda dan harga, walaupun belum diberikan ataupun harga belum dibayarkan, akan tetapi pada kenyataan yang dialami banyak pelaku usaha khususnya Precious Project ditipu oleh pembeli yang menolak barang dengan alasan tidak ada dirumah atau dana yang tidak cukup
3. Pelaku usaha mengalami kerugian materiil berupa biaya pengiriman yang ditanggung oleh pelaku usaha namun barangnya tidak dibayar oleh pembeli
4. Pelaku usaha mengalami kerugian immateriil atas perilaku konsumen tidak beritikad baik untuk bertransaksi dimana konsumen tidak ada ditempat dan tidak dapat dihubungi

## 1.3 Pembatasan Masalah

1. Perkara yang di teliti adalah kerugian pelaku usaha penjual pakaian metode *Cash On Delivery* atas tindakan wanprestasi dari konsumen
2. Perkara yang di teliti adalah implementasi Pasal 6 huruf (b) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap pelaku usaha penjual pakaian metode metode *Cash On Delivery*

## 1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kerugian yang dialami oleh pelaku usaha penjual pakaian metode *Cash On Delivery* atas tindakan wanprestasi dari konsumen?

2. Bagaimana implementasi Pasal 6 huruf (b) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap pelaku usaha penjual pakaian metode *Cash On Delivery* melalui WhatsApp?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kerugian yang dialami oleh pelaku usaha penjual pakaian metode *Cash On Delivery* atas tindakan wanprestasi dari konsumen
2. Untuk mengetahui implementasi Pasal 6 huruf (b) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap pelaku usaha penjual pakaian metode *Cash On Delivery* melalui WhatsApp

### **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a) Penelitian dapat berkontribusi pada pandangan mengembangkan ilmu hukum terkhusus memberikan wawasan mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha didalam transaksi jual-beli online melalui pembayaran COD..
- b) Penelitian mampu memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang bagaimana implementasi Pasal 6 huruf (b) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap pelaku usaha penjual pakaian metode *Cash On Delivery* melalui WhatsApp penting untuk dilaksanakan secara tepat dan bijak guna keterwujudan jual beli *online* tidak merugikan atau menguntungkan sebuah belah pihak.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a) Bagi Kelompok Masyarakat

Menggambarkan masyarakat mengenai bagaimana seharusnya implementasi Pasal 6 huruf (b) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan



Konsumen terhadap pelaku usaha penjual pakaian metode *Cash On Delivery* melalui WhatsApp

b) Bagi Instansi Pemerintah

Memberikan sumbangsih pemikiran kepada instansi pemerintah tentang perlindungan hukum terhadap pelaku usaha penjual pakaian metode *COD* melalui WhatsApp

