BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia berkembang cukup pesat dan mempengaruhi berbagai kemajuan yang ada, salah satunya pada bidang teknologi industri maupun perdagangan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya pengaruh positif yang dapat dirasakan oleh masyarakat, mulai dari perkembangan internet yang makin maju yang menyebabkan pertukaran informasi yang menjadi lebih mudah dan cepat yang membuat pekerjaan yang dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien serta meningkatkan kemakmuran rakyat. Di era globalisasi, segala perkembangan yang ada melaju sangat pesat terutama dalam bidang perdagangan. Dari yang awalnya perdagangan hanya dapat dilakukan secara konvensional (tatap muka) hingga sekarang perdagangan juga dapat dilakukan dengan cara *online*. Banyak pengaruh positif yang mendorong berkembangnya perdagangan di Indonesia. Salah satu pengaruhnya yaitu kemajuan teknologi dan komunikasi. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing*) mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui *email* (*electronic mail*) bahkan hingga perdagangan. Kegiatan mperdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce* (M. Ramli, 2002 : 1). Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur mengenai setiap penyebaran informasi dan transaksi yang dilakukan secara elektronik. Transaksi

elektronik yang dimaksud dalam undang-undang ini diatur di dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya."

E-commerce merupakan bentuk sistem perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan internet sebagai media perantaranya. Karakteristik yang paling menonjol dari *e-commerce* dalam dunia perdagangan adalah ruang dan jarak yang luas antara penjual dan pembeli. Hal tersebut menyebabkan penjual dan pembeli tidak harus bertemu untuk melakukan transaksi dan dengan menggunakan media internet menjadikan transaksi tersebut mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Karakter yang dimiliki *e-commerce* tersebut dapat memberikan kemudahan bagi kedua pihak dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam transaksi online atau *e-commerce,* kesepakatan terjadi antara kedua belah pihak ketika pernyataan salah satu pihak disetujui oleh pihak lainnya. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 1458 KUHPerdata yang berbunyi :

> "Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar"

Di masa pandemi virus corona yang tengah mewabah di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Indonesia dihadapkan oleh situasi yang sangat sulit, terutama dalam bidang perekonomian. Seluruh masyarakat dihimbau untuk menghindari keluar rumah kecuali benar-benar dihadapkan oleh situasi yang mendesak serta

selama pandemi mengharuskan setiap pekerja untuk melakukan *work from home* (bekerja dari rumah). Hal tersebut menyebabkan tidak sedikit perusahaan hinga bisnis kecil dan menengah terpaksa untuk gulung tikar akibat pandemi ini.

Himbauan pemerintah kepada masyarakat untuk tetap berada dirumah menyebabkan interaksi antar manusia yang biasanya menjalankan roda perekonomian dan perdagangan menjadi amat sangat berkurang. *E-commerce* menjadi salah satu pilihan konsumen untuk tetap dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Bagi konsumen selain menghemat waktu karena konsumen tidak perlu lagi kepusat perbelanjaan untuk mendapatkan barang yang diinginkan, selain itu juga pilihan barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha juga sangat beragam. Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Meilin selaku konsumen yang menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu pilihan dalam melakukan transaksi jual beli yang menyatakan bahwa pada situasi covid seperti ini berbelanja secara *online* lebih aman karena tidak adanya kontak langsung dengan pihak penjual sehingga meminimalisir penyebaran dari virus corona. Pendapat serupa juga diberikan oleh Alisya Dewi selaku konsumen yang menggunakan *e-commerce*, menurutnya belanja *online* lebih menghemat waktu dan tenaga serta tidak perlu keluar rumah dan menghabiskan banyak waktu untuk memilih barang yang akan dibeli. Cukup dari rumah dengan menggunakan *handphone*, terlebih dengan adanya pandemi seperti saat ini, belanja *online* menjadi alternatif sekaligus dapat menghindari kerumunan seperti ketika berbelanja secara *offline*.

Pandemi virus corona yang sampai saat ini masih merebak di masyarakat mengakibatkan adanya perubahan kebiasaan belanja konsumen yang kini beralih

ke belanja *online*. Perubahan kebiasaan belanja masyarakat juga didukung oleh data-data statistik. Data tersebut sesuai catatan yang dilaporkan oleh Exabytes, perusahaan penyedia layanan hosting di Indonesia yang mencatat bahwa jumlah pelanggan *e-commerce* mengalami peningkatan hingga 38,3 persen selama masa pandemi virus corona yang dimulai sejak bulan Januari 2020 hingga Juli 2020 (Koesno, 2020). Akibat dari masyarakat diharuskan untuk menghabiskan waktu di rumah saja selama masa pandemi ini, menjadikan *e-commerce* menjadi peluang besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Terdapat beberapa alasan *e-commerce* digemari oleh pelaku usaha untuk melakukan perdagangan didalamnya. Seperti yang disampaikan oleh Bunga selaku pelaku usaha pemilik *online shop* thrift_yukkak, bahwa transaksi yang dilakukan melalui media elektronik ini menghabiskan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan membuka outlet retail di berbagai tempat serta saat memasarkan produk lebih mudah karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Berbeda halnya dengan Eny pelaku usaha pemilik *online shop* Dosicase.id, alasan ia memilih media *online* sebagai sarana untuk melakukan perdagangan karena dengan semakin berkembangnya dunia *online,* semakin besar pula peluang untuk mendapatkan keuntungan dari *online shop* tersebut.

Perdagangan *online* atau biasa disebut dengan *online shop* digunakan sebagai simbol bahwa pelaku usaha menawarkan barang dagangannya. Barang dagangan yang ditawarkan di *online shop* bermacam-macam, mulai dari barang elektronik, baju, aksesoris, bahkan perawatan kecantikan dan masih banyak lainnya yang di jual disini. Jangkauan pasar juga menjadi hal yang sangat dipertimbangkan saat seseorang ingin membuka usaha secara *online*. *E-commerce*

memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan toko *offline* biasanya. Waktu yang diperlukan juga sangat fleksibel karena tidak memerlukan waktu khusus untuk mempromosikan barang yang diperdagangkan, sehingga pelaku usaha *online shop* dapat melakukan aktivitas lainnya.

Sistem *Pre Order* (PO) merupakan sistem yang sering digunakan oleh pelaku usaha dalam melakukan perdagangan. Sistem PO adalah sistem pembelian barang dengan memesan dan membayar terlebih dahulu diawal, dengan masa tenggang waktu tunggu (estimasi/perkiraan) kedatangan barang (Wahyuni, 2019). Dalam sistem PO ini pelaku usaha tidak perlu untuk menyediakan barang secara langsung saat berjualan, tetapi hanya perlu memiliki katalog atau foto produk yang akan diposting di media *online* yang digunakan sebagai media berjualan. Pada era globalisasi ini terdapat banyak media *online* yang dapat digunakan sebagai media perdagangan secara *online*, salah satu media *online* yang diminati oleh pelaku usaha *online shop* adalah Instagram. Menurut Tia selaku pelaku usaha pemilik online shop lovelytaashop_, instagram memiliki peluang cukup besar untuk dijadikan media berjualan karena instagram sangat digemari khususnya pada kalangan anak muda sehingga untuk mendapatkan pembeli akan lebih mudah. Serupa dengan pernyataan tersebut, dari pihak konsumen yakni Tiara mengatakan bahwa instagram merupakan media *online* yang sering ia gunakan untuk berbelanja, selain karena saat berbelanja ia tak perlu pergi meninggalkan rumah, media instagram juga merupakan media *online* yang paling sering ia gunakan sehari-hari.

Instagram merupakan media *online* yang dapat digunakan untuk membagikan gambar maupun video. Walaupun bukan media yang secara khusus

digunakan untuk melangsungkan transaksi jual beli tetapi karena Instagram memiliki peluang dalam kegiatan bisnis maka pelaku usaha menggunakan instagram untuk mempromosikan dagangannya dilakukan dengan cara memposting foto-foto maupun video dagangannya dengan tujuan postingan tersebut akan dilihat oleh para pengikutnya di Instagram atau yang lebih dikenal dengan istilah *followers*. Semua transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa ada tatap muka antara para pihaknya. Mereka mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain.

Di Kota Singaraja, instagram menjadi salah satu media yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli. Mekanisme dari transaksi jual beli di instagram menggunakan sistem *Pre Order* (PO). Saat ada konsumen yang akan melakukan pembelian adalah diawali dengan mengirimkan gambar barang yang akan dipesan, kemudian pihak pelaku usaha *online shop* akan mengirimkan format order yang digunakan sebagai data yang merujuk pada identitas pihak konsumen. Setelah pihak konsumen telah mengisi format order, lalu pelaku usaha mencatat dan memesankan pesanan tersebut kepada pihak *supplier* (pemasok). Hal tersebut karena pernyataan dari beberapa pelaku usaha *online shop* di Kota Singaraja, mereka bertindak sebagai *resseler* (seseorang yang membeli produk dari produsen atau pihak lain dan mejualnya kembali ke konsumen akhir dengan harapan memperoleh laba). Setelah melewati masa estimasi/kedagangan barang dan barang sudah siap di tangan pelaku usaha *online shop*. Maka dari pihak pelaku usaha akan mengabari konsumen bahwa pesanannya sudah siap dan tinggal menentukan kapan akan melakukan pembayaran dan penyerahan barang.

Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau UUPK guna melindungi konsumen yang sering dirugikan. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha yang lebih kuat dalam banyak hal. Yang mana pada hal ini konsumen selaku pihak yang memerlukan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha diharuskan mengikuti aturan yang telah ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha.

Namun faktanya dalam bertransaksi secara *online*, kerugian tidak hanya dapat dialami oleh konsumen. Saat ini juga sering terjadi kerugian yang dialami oleh pelaku usaha yang disebabkan oleh konsumennya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bunga selaku pelaku usaha pemilik *online shop* thrift_yukkak, mengatakan bahwa ia pernah mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumennya, bahkan tidak hanya sekali. Tindakan yang dilakukan oleh konsumennya seperti *hit and run* (calon pembeli yang telah melakukan konfirmasi untuk membeli suatu produk, tetapi tidak melakukan pembayaran saat pesanan telah selesai diproses oleh pelaku usaha), mengaku sudah melakukan pembayaran dengan mengirimkan bukti yang dipalsukan. Kerugian serupa juga pernah dialami oleh pemilik *online shop* sparkle.shopp yang mengatakan bahwa pernah mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumennya, tindakan konsumennya berupa melakukan pemesanan PO dan telah disetujui namun saat pesanan siap, konsumen malah membatalkan pesanan dan tidak melakukan transfer tanpa adanya penjelasan dari konsumen. Bahkan ada juga konsumen yang ketika pesanannya siap malah menghilang tanpa jejak dengan cara memblokir akses yang dapat dihubungi oleh pelaku usaha dan memalsukan alamat yang digunakan

sebagai format order bagi pelaku usaha. Hal ini jelas dirasa sangat merugikan bagi pelaku usaha, mengingat bahwa tidak semua pelaku usaha bertindak langsung sebagai *supplier* (pemasok). Salah satu kasusnya juga dialami oleh salah satu pemilik *online shop* yang mendapatkan orderan fiktif dari seseorang konsumen yang bernama Bayu Kurniawan. Bayu memesan beberapa barang dan ia mengatakan telah melakukan transfer ke rekening penjual. Namun ternyata bukti transfer tersebut telah dipalsukan. Saat penjual menghubungi nomor telephonnya ternyata tidak bisa dihubungi dan alamat yang diberikan oleh Bayu tersebut merupakan alamat yang tidak benar (Biodatasiapar, 2017).

Melihat dari kasus yang telah diuraikan diatas, perjanjian jual beli yang seharusnya berakhir dengan penyerahan barang oleh pelaku usaha dan pembayaran yang dilakukan oleh konsumen tidak terjadi akibat pembatalan yang dilakukan secara sepihak oleh konsumen. Hal tersebut mengakibatkan pelaku usaha mengalami kerugian. Kerugian yang dialami oleh pelaku usaha disebabkan oleh tidak terpenuhinya prestasi yang seharusnya dilakukan oleh pihak konsumen. Walaupun dari kedua belah pihak sama-sama belum menuaikan prestasinya namun dari pihak pelaku usaha telah memproses barang yang telah dipesan oleh konsumen dengan menggunakan uang pribadinya. Ketika pesanan telah ada ditangan pelaku usaha dan konsumen tidak melakukan pembayaran maka pesanan tersebut akan menyebabkan kerugian dikarena pelaku usaha yang seharusnya mendapatkan keuntungan dari pesanan tersebut malah tidak mendapatkannya.

Dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* terdapat hak dan kewajiban yang mengikat konsumen maupun pelaku usaha yang telah diatur dalam UUPK. Berdasarkan beberapa kasus yang telah disebutkan diatas, apabila

ditinjau dari UUPK, konsumen telah melanggar kewajibannya yang tercantum dalam Pasal 5 ayat (2) yang berbunyi "Konsumen wajib beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa". Dapat dilihat di kasus diatas bahwa konsumen tidak memiliki itikad yang baik dalam menyelesaikan transaksi yang telah dibuatnya dengan pelaku usaha yang menyebabkan pelaku usaha mengalami kerugian akibatnya. Serta telah melanggar hak yang seharusnya dimiliki oleh pelaku usaha di Pasal 6 ayat (1) dan (2) UUPK mengenai pembayaran dan perlindungan terhadap tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

Apabila ditinjau dari hukum perjanjian, kasus-kasus yang telah diuraikan diatas memiliki permasalahan yang sama yaitu pada realisasi perjanjian jual beli tersebut. Pada realisasi perjanjian nyatanya pihak konsumen tidak melakukan pembayaran tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian sehingga mengakibatkan perjanjian tersebut belum hapus atau berhenti. Dalam Pasal 1381 KUHPerdata, pembayaran merupakan salah satu cara hapusnya suatu perjanjian. Pembayaran adalah pelaksanaan atau pemenuhan perjanjian secara sukarela yang wajib dilakukan oleh pihak konsumen (Windari, 2014 : 39). Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata juga menegaskan bahwa "suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik". Sehingga pembatalan sepihak yang dilakukan oleh konsumen dalam sistem PO *online shop* telah bertentangan dengan pasal ini.

Sedangkan apabila ditinjau dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, pihak konsumen telah melanggar Pasal 17 ayat (2) dan juga Pasal 45 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2019

Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Yang mana dari kedua pasal tersebut mewajibkan para pihak yang melakukan transaksi elektronik untuk beritikad baik

Berdasarkan apa yang telah diuraikan sebelumnya pada latar belakang masalah, dapat dilihat bahwa telah terjadi kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein* sehingga pada akhirnya menimbulkan suatu permasalahan hukum. Adapun terhadap permasalahan hukum tersebut penting untuk dibahas lebih lanjut dalam bentuk suatu penelitian hukum guna terselenggaranya perlindungan hukum terhadap para pihak, terutama pihak yang dirugikan. Adapun penelitian hukum yang akan dilakukan yakni dengan judul**"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA *ONLINE SHOP* YANG MENGALAMI KERUGIAN YANG DISEBABKAN OLEH KONSUMEN DI KOTA SINGARAJA"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditulis oleh peneliti diatas, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut.

1. Masih adanya konsumen yang tidak menaati ketentuan Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terkait tidak adanya itikad baik dalam melakukan transaksi jual beli:

2. Terjadinya pembatalan sepihak yang dilakukan oleh konsumen dalam sistem *Pre Order* (PO) sehingga menyebabkan kerugian pada pelaku usaha *online shop*;
3. Adanya hak yang tidak terpenuhi bagi pelaku usaha yaitu hak dalam memperoleh pembayaran dari konsumen;
4. Sistem *Pre Order* (PO) dalam jual beli *online* di Kota Singaraja dilakukan tanpa menggunakan uang muka sehingga tidak terealisasikannya perjanjian yang berupa pembayaran oleh konsumen di saat pesanan *Pre Order* (PO) sudah terpenuhi oleh pelaku usaha *online shop*;
5. Tidak adanya perjanjian tertulis di awal transaksi jual beli *online* yang menggunakan media Instargram;
6. Tidak ada lembaga penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa di dalam melakukan transaksi jual beli *online* di Instagram.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan-pembatasan pada pembahasan terhadap permasalahan diatas sangat diperlukan untuk mendapatkan kejelasan yang lebih terarah. Adapun uraian tentang pembatasan masalah penelitian ini yaitu mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha *online shop* yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen dan akibat hukum bagi konsumen yang tidak melakukan itikad baik berupa tidak melakukan pembayaran terhadap barang yang sudah di pesan dalam sistem *Pre Order* (PO).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasikan adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen di Kota Singaraja ?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap konsumen yang tidak melakukan itikad baik berupa tidak melakukan pembayaran terhadap barang yang sudah di pesan dalam sistem *Pre Order* (PO) ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha *Online Shop* yang Mengalami Kerugian yang Disebabkan Oleh Konsumen di Kota Singaraja mempunyai tujuan sebagai berikut.

1. Tujuan Umum

   Penelitian ini mampu memberikan kontribusi pengetahuan terhadap masyarakat mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen.

2. Tujuan Khusus

   a) Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen.

   b) Untuk mengetahui akibat hukum terhadap konsumen yang tidak melakukan itikad baik berupa tidak melakukan pembayaran

terhadap barang yang sudah di pesan dalam sistem *Pre Order* (PO).

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para pelaku usaha *online shop* dan konsumen yang melakukan transaksi jual beli agar nantinya dapat melakukan perjanjian jual beli sesuai dengan apa yang diatur dalam Undang-Undang.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Penulis

      Menambah wawasan penulis mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen di Kota Singaraja untuk selanjutnya dijadikan sebagai pegangan dalam pembelajaran.

   b. Bagi Masyarakat

      Menambah pemahaman masyarakat mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen di Kota Singaraja.

   c. Bagi Ilmu Pengetahuan

      (1) Menambah pengetahuan mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *online shop* yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen di Kota Singaraja;

(2) Sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan.

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
UNDIKSHA