

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi menyebabkan perkembangan digitalisasi menjadi tanpa batas sehingga memberikan keuntungan yang memudahkan aktivitas manusia untuk mengakses berbagai informasi dan inovasi. Kemajuan ilmu pengetahuan akan berjalan seiring dengan berkembangnya digitalisasi yang akan memengaruhi tingkat kebutuhan manusia. Digitalisasi memberikan dampak positif bagi Indonesia untuk semakin meningkatkan kualitas dalam aspek kehidupan seperti ekonomi, sosial, budaya, dan pola penegakan hukum yang signifikan demi bersaing dengan negara-negara lain.¹

Salah satu bidang kehidupan yang mengalami peningkatan di Indonesia adalah bidang hukum. Hukum di Indonesia menjadi suatu landasan yang penting dalam mengatur kehidupan bangsa. Implementasi hukum di Indonesia dibuktikan dengan adanya pembentukan produk hukum seperti berbagai peraturan yang dibuat oleh negara. Pembentukan hukum tersebut dilakukan agar tercapainya tujuan hukum yaitu kepastian hukum, kemanfaatan, dan keadilan.

Pembentukan hukum di Indonesia dibagi menjadi dua berdasarkan hubungan antar manusia. Hubungan antar manusia tersebut dibagi ke dalam

¹Aldo Renathan, "Tinjauan Yuridis terhadap Klausula Baku sebagai Suatu Perjanjian Dilihat dari Sisi Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan UUPK". *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Indonesia'', 2009, hal. 1.

hukum publik dan hukum privat (perdata). Hukum privat adalah hukum yang mengatur hubungan antar sesama manusia dan menitikberatkan pada kepentingan individu. Kepentingan individu ini berkaitan antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya.²

Hubungan tersebut ada ketika terjadinya interaksi sosial. Interaksi sosial terjadi ketika timbul hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. John Lewis Gillin berpendapat bahwa interaksi sosial yang baik akan tercapai apabila memenuhi dua syarat yaitu komunikasi dan kontak sosial. Kualitas interaksi sosial sering kita jumpai dalam dunia perdagangan, yaitu pasar.

Menurut kajian ekonomi, pasar merupakan suatu tempat atau proses terjadinya interaksi antara pembeli dan penjual untuk memperoleh barang atau jasa tertentu. Pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu Pasar Tradisional yang dimana pembeli (konsumen) dan penjual (pelaku usaha) dapat melakukan tawar-menawar secara langsung, sedangkan Pasar Modern terdapat berbagai macam barang yang diperjualbelikan dan proses pembayarannya dilakukan secara tidak langsung.³ Walaupun jenis pasar berbeda-beda, setiap transaksi tentu dilakukan oleh penjual dan pembeli.

²Hendra Fandi Cipto, "Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Angkutan Udara dalam Hal Keterlambatan Terbang dan Keefektifan Sanksi Bagi Maskapai Penerbangan sebagai Pelaku Usaha". *Tesis*, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2010, hal. 1.

³KOMPAS, <<https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/27/120000769/pasar-pengertian-fungsi-ciri-ciri-dan-jenisnya?page=all>>, diakses 05 Oktober 2020 pukul 14.24 WIB.

Transaksi adalah persetujuan kegiatan dalam perdagangan antara dua pihak yang melakukan kegiatan jual beli.⁴ Transaksi juga merupakan hubungan hukum karena berlangsung antara dua atau lebih subjek hukum. Setiap transaksi memiliki pihak-pihak yang menjadi subjek hukum yaitu antara konsumen dan pelaku usaha. Hubungan hukum tersebut terjadi karena kedua pihak memiliki hak dan kewajiban sehingga kedua pihak memiliki tanggung jawab satu sama lain.

Saat ini, transaksi jual beli tidak hanya dilakukan secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara daring (*online*). Pengertian transaksi jual beli *online* merujuk kepada proses transaksi dengan menggunakan aplikasi yang disediakan oleh pelaku usaha, sehingga konsumen memiliki beragam pilihan produk/jasa yang dapat digunakan serta proses pembayarannya dilakukan secara *online* seperti mentransfer sejumlah uang sesuai harga produk/jasa yang dipesan. Transaksi jual beli *online* dinilai cukup efektif bagi konsumen dan pelaku usaha.

Kebutuhan masyarakat terhadap kegiatan jual beli *online* berpengaruh terhadap media elektronik sebagai sarana melakukan transaksi. Pemerintah mendukung hal tersebut dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Peraturan ini mengatur mengenai sistem penyelenggaraan transaksi elektronik sehingga ada keseimbangan hak dan

⁴KBBI daring, <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/transaksi>>, diakses 19 Juli 2020 pukul 18.11 WIB.

kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi menggunakan media elektronik.⁵

Peluang bisnis transaksi jual beli *online* sangatlah besar. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap internet. Berdasarkan hasil survei nasional yang dilakukan Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi pengguna jasa internet pada tahun 2018 telah mencapai 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa. Pertumbuhan pengguna selama 1 tahun diperkirakan memiliki persentase sebanyak 10,12%. Tidak diragukan lagi jasa internet berpengaruh terhadap keuntungan transaksi jual beli.⁶

Keuntungan transaksi jual beli *online* meliputi jangkauan pasar yang lebih luas, mudah dijalankan sehingga konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk memilih produk/jasa yang akan digunakan. Di samping itu, transaksi jual beli *online* juga mempunyai kekurangan yaitu terkait kredibilitas produk/jasa karena konsumen tidak bisa mencoba terlebih dahulu. Pelaku usaha harus memastikan bahwa konsumen menerima produk/jasa yang berkualitas dan sesuai dengan kesepakatan awal.

⁵Putu Dina Marta Ratna S., I Made Dedy P., "Perlindungan Hukum Kepada Konsumen terhadap Penggunaan Klausula Baku yang Tercantum pada Toko Online", Artikel Fakultas Hukum Universitas Udayana, hal. 3

⁶Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Laporan Survei Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018", <<https://apjii.or.id/survei2018>>, diakses 20 Juli 2020 pukul 14.08 WIB.

Namun seringkali dalam transaksi jual beli *online*, harapan konsumen tidak sesuai dengan realita. Masih banyak pelaku usaha yang tidak melakukan kewajibannya untuk memenuhi hak-hak konsumen. Hal ini menimbulkan pertanyaan terhadap kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Dibutuhkan perlindungan konsumen yang menjadi terpenuhinya hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha.

Di sisi lain, Pasal 1313 KUH Perdata menyatakan bahwa perjanjian atau adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya. Apabila konsumen telah melakukan kewajibannya terhadap pelaku usaha seperti melakukan pembayaran, maka pelaku usaha juga harus memenuhi hak konsumen, misalnya untuk menjamin kualitas produk/jasa yang diterima konsumen. Transaksi jual beli *online* yang dilakukan harus seimbang dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dan pelaku usaha. Jika tidak ada keseimbangan dalam perlindungan konsumen, maka konsumen dapat berada pada posisi yang lemah.⁷

Amerika Serikat tercatat sebagai tonggak awal perkembangan perlindungan konsumen di dunia karena banyak memberikan bantuan dalam mengatasi masalah perlindungan konsumen. Awal abad ke-19, muncul gerakan-gerakan perlindungan konsumen. Pada tahun 1891, New York membentuk Liga Konsumen pertama kali dan diikuti pada tahun 1898 Amerika Serikat membentuk Liga Konsumen

⁷Nurhafni dan Sanusi Bintang, '*Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perjanjian Baku Elektronik*', 2018, Kanun Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 20 No. 3, hal 474.

Nasional (*The National Consumer's League*). Organisasi ini kemudian tumbuh dan berkembang secara pesat sehingga pada tahun 1903 organisasi ini memiliki 6 cabang yaitu meliputi 20 Negara Bagian.

Pada tahun 1914, berkembangnya komisi yang memungkinkan bergerak dalam bidang perlindungan konsumen kemungkinan, yaitu FTC (*Federal Trade Commission*). Selanjutnya, sekitar tahun 1930 pendidik konsumen menuangkan perlindungan konsumen dalam buku-buku yang disertai dengan riset-riset pendukung.

Pada tahun 1960, menjadi era ketiga dalam perkembangan perlindungan konsumen yang ditandai dengan lahirnya satu cabang hukum baru yaitu hukum konsumen (*Consumers Law*). Pada tahun 1962, Presiden Amerika Serikat yaitu John F. Kennedy menyampaikan pesan untuk konsumen dalam kongres. Era ketiga ini membentuk kesadaran negara-negara lain bahwa diperlukan undang-undang perlindungan konsumen. Beberapa undang-undang perlindungan konsumen negara-negara di dunia adalah sebagai berikut:

1. Amerika Serikat: *The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act* (UTPCP), Tahun 1967, yang kemudian diamandemen pada Tahun 1969 dan 1970; *Unfair Trade Practices and Consumer Protection (Louisiana) Law*, tahun 1973.
2. Singapura: *The Consumer Protection (Trade Description and Safety Requirement Act*, Tahun 1975).
3. Thailand: *Consumer Act*, Tahun 1979.

4. Jepang: *The Consumer Protection Fundamental*, Tahun 1968
5. Australia: *Consumers Affairs Act*, Tahun 1978.
6. Irlandia: *Consumers Information Act*, Tahun 1978.
7. Finlandia: *Consumer Protection Act*, Tahun 1978.
8. Inggris: *The Consumers Protection Act*, Tahun 1970, dan diamandemen tahun 1971.
9. Kanada: *The Consumers Protection Act* dan *The Consumers Protection Amandement Act*, tahun 1971.⁸

Pada tahun 1973, perkembangan perlindungan konsumen di Indonesia ditandai dengan terbentuknya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Terbentuknya YLKI dilatarbelakangi dengan adanya desakan masyarakat yang membutuhkan pengawasan agar masyarakat tidak dirugikan dalam kegiatan yang berhubungan dengan konsumen. Setelah terbentuknya YLKI, mulailah dibentuk Rancangan Undang-Undang (RUU) yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Baik dari kalangan pemerintah, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, dan YLKI bersama-sama merasa terpanggil untuk mewujudkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tidak lama RUU perlindungan konsumen diajukan, Presiden Indonesia mengesahkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai aturan nasional. Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibentuk pada

⁸Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008, hal. 8

tanggal 20 April 1999 yang sampai saat ini dikenal Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Proses lahirnya UUPK terdiri dari 15 Bab dan 65 Pasal yang membutuhkan waktu 25 tahun. Sejarah pembentukannya dimulai dari:

1. Periode 15-16 Desember 1975, Seminar Pusat Studi Hukum Dagang, Fakultas Hukum Universitas Indonesia tentang Masalah Perlindungan Konsumen
2. Tahun 1979-1980, Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman RI, Penelitian tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia
3. Tahun 1980-1981, BPHN-Departemen Kehakiman, Naskah Akademis Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen
4. Tahun 1981, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Perlindungan Konsumen Indonesia, suatu sumbangsih pemikiran tentang RUU Perlindungan Konsumen
5. Tahun 1992, Departemen Perdagangan RI bekerja sama dengan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, RUU tentang Perlindungan Konsumen
6. Tahun 1997, Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI, RUU Perlindungan Konsumen
7. Desember 1998, DPR RI, RUU Usul inisiatif DPR tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen

UUPK dibentuk dengan tujuan konsumen mendapat kepastian hukum sesuai dengan kebutuhannya. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya hukum

sehingga konsumen dapat memperoleh dan menentukan pilihannya atas produk/barang serta mempertahankan hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha.⁹ Konsumen dan pelaku usaha merupakan kedua pihak yang saling membutuhkan dalam proses transaksi jual beli *online*.

Pada setiap transaksi jual beli *online*, konsumen dan pelaku usaha saling mengikatkan diri untuk memenuhi hak dan kewajiban masing-masing. Pasal 1457 dalam KUH Perdata juga mendefinisikan jual beli adalah proses menyerahkan suatu barang yang dilakukan oleh satu pihak dan pihak lainnya membayar harga suatu produk/jasa sesuai dengan persetujuan. Konsumen dan pelaku usaha harus melaksanakan sebuah transaksi yang disertai dengan itikad baik. Sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, itikad baik mengandung pengertian dimana perjanjian antara para pihak harus didasarkan kejujuran dan niat baik untuk mencapai tujuan bersama.¹⁰

Selain dilaksanakan dengan itikad baik, harus diperhatikan ketentuan lain yang diatur dalam Pasal 18 UUPK yaitu mengenai klausula baku yang dilarang dicantumkan dalam suatu perjanjian transaksi jual beli *online*. Klausula baku umumnya telah ditetapkan terlebih dahulu oleh pelaku usaha pada produk/jasa yang akan dipilih dan dibeli oleh konsumen.

Berdasarkan Pasal 1 angka 10 UUPK, Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu

⁹Az. Nasution, ‘‘Aspek Hukum Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999-LN. 1999 No. 42’’, Artikel pada Teropong, Media Hukum dan Keadilan (Vol. II, No. 8, Mei 2003).

¹⁰Ery Agus Priyono, ‘‘Peranan Asas Itikad Baik dalam Kontrak Baku’’, Diponegoro Private Law Review, Vol. 1 No. 1, November 2017, hal. 18.

secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Bila konsumen menolak klausula baku, maka konsumen tidak mendapatkan produk/jasa yang dibutuhkan.¹¹ Klausula baku hanya memuat tentang pengalihan tanggung jawab pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen.

Pada penelitian ini, penulis mengambil kasus dari data YLKI dimana Bapak Henry dan Bapak Irfan sebagai konsumen *online marketplace* terjebak dalam klausula baku yang sering dicantumkan oleh pelaku usaha yaitu ‘tidak menerima pengembalian dana/*refund* serta melakukan pembatalan secara sepihak’.¹² Hal ini secara tidak langsung telah merugikan dan melanggar hak-hak konsumen dalam mendapatkan perlindungan hukum atas produk/jasa yang telah disepakati. Banyak konsumen termasuk Bapak Henry dan Bapak Irfan yang secara tidak sadar terlibat menyetujui klausula baku.

Permasalahan pencantuman klausula baku menarik untuk dibahas karena berhubungan langsung pada aktivitas transaksi jual beli *online*. Diperlukan larangan dan batasan yang jelas terkait pencantuman klausula baku. Tujuan larangan dan batasan aturan dalam pencantuman klausula baku adalah agar konsumen memiliki kedudukan yang seimbang dengan pelaku usaha.

¹¹Wawan Karnawan, ‘Klausula Baku dalam Perjanjian E-commerce ditinjau dari Sudut Perlindungan Konsumen’, *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, <http://eprints.ums.ac.id/3669/1/C100040183.pdf>

¹²<https://mediakonsumen.com/2020/06/07/surat-pembaca/pembatalan-belanja-sepihak-oleh-shopee> , diakses pada 07 Januari 2021 pukul 16.11 WIB.

Sesuai dengan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai pencantuman klausula baku berdasarkan perspektif undang-undang perlindungan konsumen dengan mengambil judul “TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU DALAM TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE*.”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terkait klausula baku dalam transaksi jual beli *online*?
2. Bagaimana implementasi pencantuman klausula baku dalam transaksi jual beli *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Memberikan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pencantuman klausula baku dalam transaksi jual beli *online*.
2. Memecahkan persoalan hukum terkait implementasi pencantuman klausula baku dalam transaksi jual beli *online*.

1.4 Manfaat Penelitian, terdiri dari:

1.4.1 Manfaat Praktis

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan input berupa tambahan informasi, wawasan bagi pembaca, masyarakat umum, maupun para praktisi hukum.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan, teknologi, wawasan, referensi dan kepustakaan mengenai tinjauan yuridis terhadap klausula baku dalam transaksi jual beli *online*.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan terdiri dari lima bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan yang terdiri dari manfaat praktis dan manfaat teoritis, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat mengenai tinjauan teori dan tinjauan konseptual yang mencakup teori-teori dan konsep mengenai Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen terkait Pencantuman Klausula Baku dalam Transaksi Jual Beli *Online*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini memuat jenis penelitian, jenis data yang dibutuhkan, teknik/metode pengumpulan data, jenis pendekatan, dan sifat analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Pada bab ini membahas lebih lanjut mengenai rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen terkait Pencantuman Klausula Baku dalam Transaksi Jual Beli *Online*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penutup berisikan kesimpulan dan saran yang diambil dari uraian bab pertama sampai dengan terakhir.

