

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Akhir tahun 2019 yakni pada bulan Desember menjadi sebuah peristiwa yang membuat seluruh orang dikagetkan dengan munculnya pandemi virus *Covid-19*. Karena adanya virus *Covid-19* ini membuat masyarakat tidak dapat melakukan aktivitas-aktivitas seperti yang biasa dilakukannya. Hal ini membuat seluruh dunia menjadi geger, termasuk Indonesia. Dengan adanya virus *Covid-19* ini menjadi sangat berpengaruh terhadap seluruh aspek kehidupan, baik itu dalam hal ekonomi, sosial, politik, dan lain-lain. Salah satu aspek yang sangat terkena dampaknya adalah aspek ekonomi. Kebanyakan para pelaku usaha yang terkena dampak buruk dari adanya pandemi virus *Covid-19* ini. Tak sedikit juga para pelaku usaha yang terpaksa untuk menutup tempat berjualannya karena pandemi. Hal ini disebabkan juga karena adanya Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) yang dilakukan secara bertahap di berbagai macam wilayah di seluruh Indonesia yang bertujuan untuk memutus mata rantai virus *Covid-19*. Kebijakan PSBB ini memberikan dampak yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. PSBB terus berjalan, tetapi pemenuhan kehidupan masyarakat pun juga harus berjalan, oleh karena itu gaya hidup masyarakatpun ikut berubah. Banyak masyarakat yang beralih ke platform digital yang telah berkembang di Indonesia, salah satunya adalah Shopee yang menjadi pilihan pengguna untuk transaksi jual-beli. Pengguna shopee meningkat secara pesat di era pandemi ini,

dikarenakan perubahan perilaku pelaku usaha dan konsumen menjadi salah satu hal yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan bertransaksi secara online.<sup>1</sup>

Dengan bantuan teknologi mutakhir, globalisasi memiliki kekuatan untuk mengubah gaya hidup masyarakat, mempromosikan cara hidup baru, mendorong pergeseran sosial, budaya, pertahanan, keamanan, dan penegakan hukum, dan, tentu saja, mempengaruhi perubahan ekonomi. Di seluruh dunia, teknologi informasi dan komunikasi telah menggantikan budaya individu dan aktivitas masyarakat. Informasi dan teknologi telah maju ke titik di mana mereka memiliki dampak yang cepat dan signifikan terhadap perubahan sosial. Teknologi informasi saat ini dapat dikatakan sebagai pedang bermata dua karena selain meningkatkan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, juga merupakan alat yang ampuh melawan perilaku ilegal. Teknologi modern saat ini dimanfaatkan untuk memperlancar kegiatan bisnis yang kepentingannya tidak bisa ditawar. Produk dan/atau layanan dengan tingkat perputaran yang lebih tinggi, yang menghasilkan sirkulasi mata uang yang lebih cepat selama transaksi. Ada berbagai macam transaksi yang dilakukan. Jual-beli melalui internet tidak dibatasi oleh keberadaan penjual bisnis dan pelanggan. Teknologi dapat digunakan sebagai media yang memungkinkan seseorang belajar secara mandiri, dalam memahami sesuatu dengan cara yang mudah. Dari adanya teknologi informasi dan komunikasi transaksi yang dilakukan secara elektronik

---

<sup>1</sup> Latidah Zulfah dan Retno Hidayat, "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs WEB dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-COMMERCE Shopee di Kota Semarang," *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7, No. 3, 2018, h. 1

bisa terjadi, karena adanya perdagangan secara elektronik yang sering disebut *E-Commerce* atau jual beli *online*. Seiring berjalannya waktu perkembangan zaman semakin maju dan canggih, masyarakat menjadi memiliki gaya hidup yang seakan-akan semuanya serba instan, hal ini dikarenakan masyarakat memiliki mobilitas hidup yang tinggi dalam kesehariannya. Tidak heran kebanyakan orang memilih berbelanja melalui *e-commerce* untuk berbelanja. *E-commerce* sendiri memiliki arti proses dalam berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang dapat menghubungkan antara pelaku usaha, perusahaan, dan konsumen dalam berbentuk transaksi elektronik.<sup>2</sup> Transaksi jual-beli melalui internet memberikan dampak positif yang menguntungkan banyak pihak, sehingga transaksi perdagangan ini menjadi salah satu yang diminati oleh masyarakat, tidak saja bagi pelaku usaha, tetapi juga konsumen. Secara umum *E-commerce* telah memberi manfaat baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Bagi konsumen *e-commerce* hal ini memudahkan para calon konsumen untuk membeli produk yang diinginkan, sedangkan bagi pelaku usaha *e-commerce* telah mempermudah proses pemasaran produk yang akan dijual.<sup>3</sup> Transaksi dalam *E-Commerce* yang dapat diakses melalui internet merupakan usaha yang sangat unik karena hanya dengan satu media, pelaku usaha / suatu perusahaan dapat melakukan usaha/bisnis, baik dengan sesama perusahaan ataupun proses bisnis langsung antara pelaku usaha dengan calon konsumen atau penjual dengan pembeli. Mereka dapat melakukan proses bisnis,

---

<sup>2</sup> Wahyu Utami dan Yogabakti Adipradana, Pengantar Hukum Bisnis dalam Perspektif Teori dan Praktik di Indonesia, (Jakarta: Jala Permana Aksara, 2017) hlm 138

<sup>3</sup> Roos Kitle Andadari, Pengantar Bisnis: Mengelola Bisnis dengan Perspektif Indonesia, (Yogyakarta: ANDI, 2019), hlm 304

mulai dari promosi, iklan produk, penawaran, permintaan produk, serta tanya jawab antara konsumen dan penjual atau antara pembeli dengan penjual secara efektif.<sup>4</sup> Kemudahan dalam berbelanja dan tidak memerlukan usaha dan tenaga untuk datang ke toko dan memilih barang, sehingga di era yang serba modern ini semua kebutuhan manusia dapat dibeli melalui internet. *E-Commerce* pertama kali dikenalkan pada tahun 1994 pada era di mana iklan-iklan elektronik atau yang dikenal dengan media promosi digital yang awalnya bertujuan untuk berpromosi di situs internet. Tujuan awalnya sebagai pemanfaatan perdagangan elektronik sebagai transaksi komersial untuk mengirim dokumen seperti pemesanan pembelian secara elektronik, lalu tak lama kemudian berkembang lagi menjadi website atau perdagangan web, dengan pembelian barang atau jasa melalui *online* dengan melalui sekuriti keamanan internet yang aman, sehingga dapat melindungi dari pembajakan.<sup>5</sup>

Smartphone digunakan oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia untuk mengakses internet, dan digunakan rata-rata selama 4 jam 46 menit per hari. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 88,1% pemilik smartphone Indonesia telah melakukan pembelian berkali-kali melalui layanan e-commerce. Menurut Imansyah, Deputi Komisioner OJK Institute and Digital Finance, angka tersebut berasal dari survei We Are Social pada April 2021 yang mengungkapkan bahwa Indonesia menduduki peringkat pertama dalam hal pemanfaatan layanan e-commerce.

---

<sup>4</sup> Sudaryono, Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus, (Yogyakarta: ANDI, 2015), hlm 254

<sup>5</sup> Mukadir Iskandar, Hukum Bisnis Online Era Digital, (Jakarta: CV. Campustaka, 2018), hlm 14

*E-commerce* sendiri merupakan gambaran dari aktivitas jual-beli yang terjadi dari interkoneksi data melalui elektronik. Merupakan suatu fenomena dan suatu faktor penting dalam membuka peluang konsumen untuk ikut serta dalam perdagangan pasar global.<sup>6</sup> Karena pembatasan transaksi tatap muka, konsumen meningkatkan penggunaan e-commerce untuk kebutuhan sehari-hari selama pandemi Covid-19. Ini mengubah perilaku konsumen, terutama dalam hal berbelanja kebutuhan. Secara tidak langsung, hal ini menyebabkan industri e-commerce berkembang secara signifikan. Selain itu, peta persaingan bisnis e-commerce semakin kompetitif; Tingginya jumlah pengunjung website dan pengguna aplikasi e-commerce di Indonesia menjadi contoh persaingan yang ketat ini. Selain itu, temuan studi ini memberikan penjelasan mengenai peningkatan pelanggan baru dari kalangan ibu rumah tangga, mahasiswa, mitra aplikasi online, pengusaha, karyawan, hingga pekerja lepas di masa pandemi. 35% dari populasi dianggap sebagai pelanggan yang kembali, diikuti oleh 26% dari mereka yang sebelumnya tidak pernah melakukan pembelian sebelum pandemi. 25,5% penjualan dilakukan oleh orang yang baru saja membeli sesuatu selama pandemi. Persentase siswa yang berbelanja online meningkat menjadi 14,2% selama pandemi, yang merupakan statistik menarik lainnya. Ditemukan bahwa hanya 7,5% pelanggan saat ini dan 12,4% pelanggan yang sebelumnya berbelanja online melakukannya selama pandemi.

---

<sup>6</sup> Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, (Bandung: Alimni, 2010), hlm 14.

Melihat data yang diperoleh dari situs analitik digital iPrice pada kuartal kedua tahun 2021, situs pengguna Shopee memiliki total 126,99 juta kunjungan situs per bulan. Mohon informasi, menurut data GlobalWebIndex (GWI) pada kuartal ketiga tahun 2020, 78,2% pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun menggunakan aplikasi belanja online melalui ponsel atau tablet untuk melakukan transaksi terjemahan online. Sementara itu, kunjungan website hanya mencapai sekitar 22%. Merujuk pada data yang dipublikasikan oleh SimilarWeb pada September 2021, diketahui bahwa aplikasi Shopee Indonesia paling banyak dikunjungi dibandingkan dengan aplikasi e-commerce lainnya seperti Tokopedia dan Lazada.

Pesatnya peningkatan jumlah orang yang menggunakan internet, yang memudahkan lebih banyak orang untuk berbelanja online melalui pasar, media sosial, dan jalan lainnya, juga berkontribusi pada pertumbuhan e-commerce. Selain itu, banyak bisnis telah mengembangkan fitur dompet digital untuk memfasilitasi transaksi online dan menyederhanakan proses pembayaran bagi pelanggan. Salah satu manfaat e-commerce adalah dapat diakses kapan saja, dari mana saja, oleh pelanggan, menampilkan deskripsi produk secara detail, dan dapat diakses sepanjang waktu. Video dan gambar produk yang akan dibeli juga dapat membantu memperjelas deskripsi produk bagi calon pembeli. Meski demikian, hadirnya bisnis online seperti Shopee tidak menutup kemungkinan terjadinya pelanggaran yang mengakibatkan kerugian bagi pembeli dan pelaku bisnis. Karena para pihak dalam transaksi e-commerce tidak bertemu secara langsung, maka berbagai kesalahan dapat terjadi, yang merupakan masalah

utama yang perlu ditangani lebih lanjut. Kesalahan dalam pembayaran, pengiriman yang terlambat atau hilang, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan merupakan masalah tambahan yang sering muncul dalam transaksi e-commerce. Tak sedikit juga para pelaku usaha yang berjualan melalui aplikasi *e-commerce* mengalami kejadian yang kurang menyenangkan seperti mengalami kerugian akibat dari regulasi yang tidak di informasikan kepada para pelaku usaha, sehingga mereka mengalami kerugian dalam menjalankan usahanya dan memerlukan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha. Oleh karena itu perlindungan hukum sangat dibutuhkan masyarakat jika ada hak-haknya yang dilanggar.

Hukum dalam masyarakat selalu berkembang dengan cepat seiring dengan perkembangan masyarakat. Kemampuan regulasi adalah untuk mengontrol kehidupan individu dan menjaga kecenderungan individu; Fakta bahwa mereka memperhatikan kebahagiaan orang membuat undang-undang kepentingan konsumen unik. Dalam masyarakat, hukum memiliki arti yang sangat luas. Pemerintah bertugas mengatur, mengawasi, dan mengendalikan suatu sistem yang saling tergantung untuk mencapai tujuan kesejahteraan rakyat.<sup>7</sup> Untuk memperoleh perlindungan hukum dalam bidang perdagangan maka pemerintah mengeluarkan macam-macam undang-undang yang dapat melindungi hak-hak pelaku usaha. Salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hukum perlindungan konsumen bertujuan

---

<sup>7</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 3

untuk memberikan perlindungan tidak hanya terhadap konsumen tetapi juga kepada pelaku usaha di Indonesia.

Pelaku usaha Menurut Ketentuan Umum pengertian adalah “setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.<sup>8</sup> Dengan adanya hal ini maka diperlukan suatu wadah berupa payung hukum untuk para pelaku usaha yang berjualan melalui aplikasi *e-commerce* seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 6 disebutkan mengenai hak – hak pelaku usaha, yang di mana para pelaku usaha memiliki hak untuk:

1. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

---

<sup>8</sup> Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999 pasal 1

4. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan untuk kewajiban dari pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang

– Undang Perlindungan Konsumen:

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan uraian diatas, maka dari itu penulis tertarik untuk mengkaji permasalahan dalam perlindungan terhadap pelaku usaha dengan kasus yang dialami oleh salah satu seller di *marketplace* shopee untuk dijadikan sebagai penelitian. Yaitu Pada tanggal 29 Mei 2021 salah satu seller Shopee yang memiliki Toko Bernama Khoja Sticcker mendapatkan order berupa:

- 1 sticker (17 PCS STICKER) Sticker Nanno Girl From No Where untuk laptop, hp, dll seharga RP 9.000
- 1 sticker (32 PCS STICKER) Stickers Pokemon untuk Laptop, hp, dll seharga RP 9.000
- 1 Sticker (32 PCS STICKER) Sticker BT21 untuk laptop, hp, dll seharga RP 10,000
- 1 Sticker (22 PCS STICKER) Sticker NASSAR untuk laptop, hp, dll seharga RP 10.000

yang ditotalkan menjadi seharga Rp 38.000 dan ditambah dengan total ongkir Rp 18.000, tetapi toko Khoja Sticker ini mengikuti program gratis ongkir yang

diadakan oleh Shopee. Jika suatu toko mengikuti program gratis ongkir maka pihak Shopee dapat menanggung ongkos kirim s/d Rp 20.000, sehingga ongkos kirim itu adalah tanggungan dari shopee dan seller tidak perlu mendapatkan potongan penghasilan akibat dari biaya ongkos kirim. Namun dalam hal ini justru shopee membebankan biaya ongkos kirim tersebut kepada penjual. Biaya ongkos kirim sebesar Rp 18.000 dibagi 2 oleh pihak Shopee, jadi pihak shopee membayar ongkos kirim sebesar Rp 9.000 dan seller membayar ongkos kirim sebesar Rp 9.000.

Hal ini membuat penjual bingung kenapa *Shopee* selaku *Marketplace* memotong biaya lagi sebesar Rp.9000 yang telah merugikan Seller karena seller telah mengikuti program gratis ongkir yang seharusnya ongkos kirim ditanggung oleh pihak shopee sampai dengan Rp 20.000. Dalam kasus ini ongkos kirim hanya sebesar Rp 18.000, seharusnya seller mendapatkan penghasilan bersih sebesar Rp 38.000. tetapi dipotong Rp 9000 lagi oleh pihak Shopee, sehingga seller hanya mendapat penghasilan sebesar Rp. 29.000. Karena merasa dirugikan oleh pihak Shopee maka seller berinisiatif menghubungi Customer Service Shopee, tetapi Customer Service Shopee menjawab bahwa potongan Rp 9.000 itu adalah biaya admin non star seller dengan rician berikut:

Biaya Admin = (harga asli produk – Diskon produk dan/atau *Voucher* Diskon Ditanggung Penjual) x 1.6%. Jika dihitung maka biaya admin yang dikatakan oleh Customer Service Shopee seharusnya adalah sebesar (Rp 38.000 x 1.6%) = Rp 608. Tetapi Shopee memotong biaya sebesar Rp 9.000 bukan sebesar Rp 608 yang mengakibatkan Seller mengalami kerugian yang cukup besar. Berdasarkan uraian diatas, Hukum Perlindungan terhadap pelaku usaha menjadi

salah satu faktor yang sangat penting, Dengan upaya memberikan perlindungan yang kokoh terhadap kepentingan pelaku usaha di era yang semakin berkembang ini, merupakan hal yang penting dan segera dicarikan solusinya, khususnya di Indonesia mengingat rendahnya tingkat perlindungan bagi pelaku usaha. Dalam hal ini, Shopee telah memotong biaya yang bertentangan dengan ketentuan yang menjadi hak dan kewajiban pelaku usaha. Hak yang dilanggar Shopee terhadap pelaku usaha adalah Shopee telah melakukan pemotongan biaya yang tidak sesuai dengan ketentuan awal sehingga pelaku usaha mengalami kerugian, di mana pelaku usaha itu sendiri memiliki hak serta kewajiban, dan seharusnya hak serta kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha sesuai dengan apa yang tertulis.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana pengaturan terhadap hubungan hukum antara pelaku usaha penyedia sarana dengan pelaku usaha pengguna *marketplace*?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha pengguna Shopee yang dirugikan oleh Shopee dalam penerimaan hasil penjualan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dibuatnya penelitian ini, adalah sebagai kewajiban memenuhi tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana hukum, dan dapat menjadi karya ilmiah yang dapat bermanfaat untuk berbagai kalangan.

Berdasarkan dengan rumusan masalah tujuan penelitian dari skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui peraturannya tentang Transaksi E-Commerce di Indonesia
2. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat di tempuh oleh Pelaku Usaha jika hak-haknya dirugikan dalam transaksi elektronik Oleh PT.Shopee Indonesia

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam artikel ini akan dijelaskan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. manfaat teoretis Hasil tulisan ini akan memberikan kontribusi sebagai bahan penelitian atau referensi bagi perkembangan hukum terkait perlindungan konsumen e-commerce di Indonesia.
2. manfaat praktis Hasil penelitian tugas akhir ini dapat membantu memberikan informasi kepada masyarakat khususnya pihak-pihak yang secara rutin berpartisipasi dalam transaksi e-commerce, serta pihak lain yang terlibat dalam perlindungan e-commerce. akan terjadi apabila pelaku usaha dirugikan atas pengurangan biaya non original 0 dari PT Shopee Indonesia, sehingga masyarakat lebih mengetahui perlindungan hukum penjual.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi Tinjauan Teori dan Tinjauan Konseptual

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan variabel penelitian, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian, dan prosedur analisis data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang dirugikan akibat pemotongan biaya yang tidak sesuai dengan ketentuan awal oleh PT. Shopee Indonesia

## **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab V semua temuan penelitian dirangkum dalam bab ini.