

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemudahan akses dalam menerima serta memberikan informasi di zaman sekarang mempunyai dampak seperti permasalahan-permasalahan yang cukup kompleks dan juga memunculkan sebuah pengetahuan baru yang efisien dalam memecahkan permasalahan yang timbul besertanya. Namun pengetahuan tersebut tentunya dilahirkan dari sebuah permasalahan yang mengorbankan beberapa hal; dengan sebagai salah satu contoh yaitu, adat serta kebiasaan seorang individu ataupun suatu badan hukum tertentu dalam halnya berinteraksi (jual-beli) yang secara tatap muka, guna memenuhi sebagai syarat dalam verifikasi sebuah transaksi jual-beli untuk memenuhi kepentingan tertentu.

Indonesia merupakan Negara hukum, sesuai dalam Undang-Undang Dasar Pasal 1 ayat (3) UUD 1945. Pada dasarnya sebuah transaksi adalah sebuah perbuatan hukum yang dilindungi oleh hukum, berdasarkan hal ini sebuah kepastian hukum yang konkret serta adil yang mendasari pemikiran-pemikiran terdahulu diperlukan untuk membentuk sebuah perlindungan hukum yang memberi tegasan hak serta kewajiban untuk badan hukum, masyarakat sosial maupun pemerintah.¹

¹ I Gusti Ayu Sita Rani Devi dan I Made Dedy Priyanto, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku usaha Terkait Wanprestasi Oleh Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Berbasis Online", Kertasemaya: Journal Ilmu Hukum, Vol. 9, No. 6, hal. 1010-1019.

Interaksi sosial yang menjadi esensi perkembangan masyarakat adalah sebuah transaksi jual-beli, yang dimana bisa menjadi sebuah sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dari skala kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier. Pembeli dapat disebut sebagai konsumen sedangkan penjual dapat disebut sebagai produsen. Praktiknya konsumen adalah seseorang yang memberikan sejumlah uang kepada produsen untuk mendapatkan suatu objek tertentu atau suatu jasa yang diperlukan. Produsen adalah seseorang yang menerima uang tersebut dan memberikan suatu barang atau jasa, dengan asumsi bahwa nilai tukar uang dan barang tersebut adalah sesuai dan impas.

Berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh Kompasiana², di era milenial ini istilah seperti *Online*, *Pre-Order*, *Flash Sale*, *Official Store*, serta istilah asing lainnya lebih populer dibandingkan dengan penerjemahan-nya atau penggunaan bahasa Indonesia yang seharusnya seperti yang ada pada KBBI seperti istilah ; daring (*Online*)³, luring (*Offline*)⁴, waralaba (*Franchise*)⁵, dll. Kita ketahui ini dampak dari sebuah globalisasi yang tentunya juga dipercepat dengan kemudahan penerimaan informasi tersebut. Dibantu dengan produk marketing yang diperkenalkan secara langsung oleh *e-commerce* terkemuka pada saat ini seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Zalora*, *OLX*, dan lain-lain sebagainya. Perkembangan yang pesat ini, dampak positifnya dapat dilihat dari dipermudahnya transaksi jual-

² Ertiyani Safitri, "Pengaruh Bahasa Asing Terhadap Bahasa Indonesia di Tengah Masyarakat Era Globalisasi", <https://www.kompasiana.com/ertyani17067/61c30b267a6d886ed3114da3/pengaruh-bahasa-asingterhadap-bahasa-indonesia-di-tengah-masyarakat-pada-era-globalisasi>, diakses pada 17 oktober 2022, hal 1.

³ Romeltea, "Pengertian Online, Offline, Franchise", <https://romeltea.com/pengertian-online-atau-daring/>, diakses pada 7 februari 2023.

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

beli kebutuhan masyarakat dengan munculnya *marketplace* jual-beli elektronik ini yang selanjutnya disebut sebagai *e-commerce* atau *electronic commerce*.⁶

e-commerce merupakan bentuk sistem perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan internet sebagai media perannya. Karakteristik yang paling menonjol dari *e-commerce* dalam dunia perdagangan adalah ruang dan jarak yang luas antara penjual dan pembeli. Ruang dan jarak yang luas ini menguntungkan kedua belah pihak yang melakukan transaksi diperlukannya data konsumen seperti alamat tempat tinggal, dan informasi informasi pendukungnya ini digunakan untuk memudahkan pengiriman barang sampai ke tempat tujuan.⁷

Adanya jasa pihak ketiga sebagai *marketplace* membuat para pelaku usaha tidak perlu lagi memikirkan estetika maupun keindahan tempat ia mengusahakan dagangannya, barang dagangannya pada umumnya tidak lagi dipajang dengan resiko berdebu ataupun hilang diambil pelaku kejahatan pencurian. Namun banyak yang tidak mendapat edukasi ataupun mendapat sebuah *privilege* untuk menggunakan jaringan internet ataupun penggunaan *smartphone*.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pelanggan telepon seluler (ponsel) sebanyak 365,88 juta pada 2021. Jumlah tersebut meningkat 2,89% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 355,62 juta pelanggan. Secara rinci jumlah pelanggan ponsel dengan kartu prabayar mencapai 355,79 juta pelanggan pada 2021. Angka tersebut naik 2,84% dibandingkan tahun sebelumnya

⁶ *Ibid.*

⁷ Tashia, "Sistem E-Commerce dan Perlindungan Konsumen", <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>, diakses pada 10 Februari 2023.

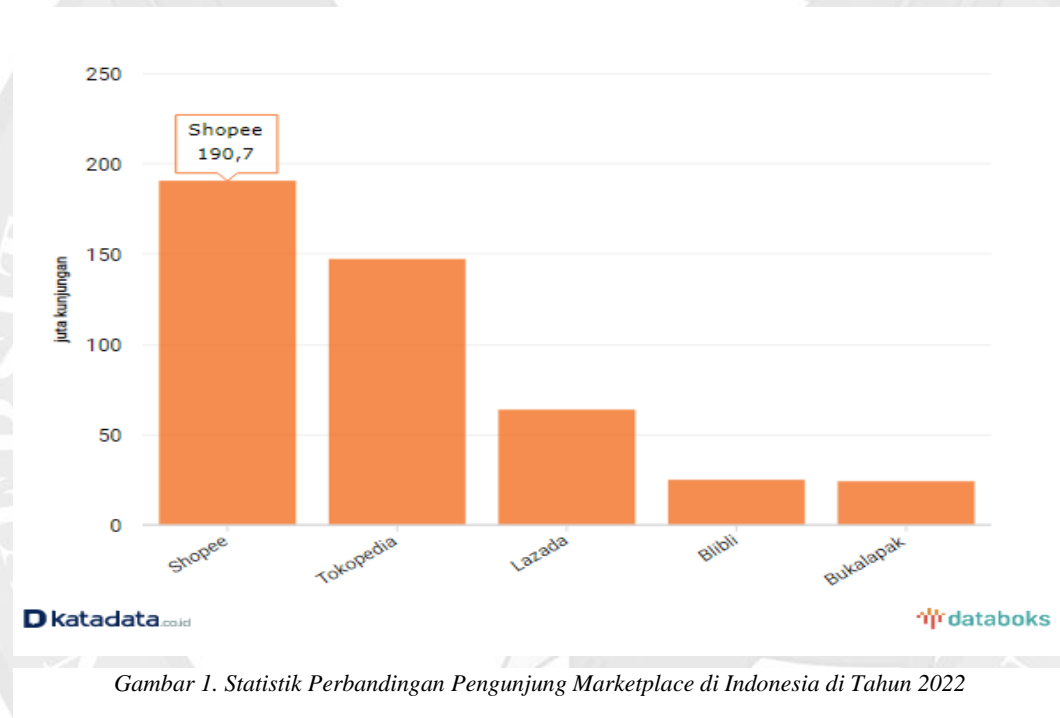
yang sebesar 345,95 juta pelanggan.⁸ Telepon seluler merupakan salah satu media dalam berbentuk *gadget* yang dapat mengakses komunikasi antar individu untuk melakukan transaksi di aplikasi *e-commerce* atau dengan singkatnya melakukan transaksi di media tersebut. Dengan bentuk *virtual transaction* yang dilakukan konsumen maupun pelaku usaha yang mendaftarkan di *e-commerce* pilihannya dapat dengan mudah menjadi konsumen pada aplikasi pilihannya tersebut. Internet menjadi peran penting dalam media bertemunya para pelaku usaha dan konsumen dalam halnya wadah yang dapat digunakan oleh para pihak mencakupi berbagai macam jenis serta bentuk, mulai dari perangkat yang tidak *mobile* atau tidak mudah untuk dibawa sampai dengan yang paling mudah dibawa seperti; komputer, laptop, tablet, ponsel pintar (*smartphone*).

Shopee adalah salah satu *e-commerce* ternama yang kini menjadi pusat perhatian dikarenakan penggunaannya yang kian meningkat dari hari ke hari. Dan salah satu yang menjadi alasan penyebab pengunjung Shopee bisa mencapai 93,44 juta per bulan dikarenakan Shopee sendiri adalah *mobile-platform* pertama yang hadir di Asia Tenggara (Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, Vietnam) dan Taiwan yang menawarkan transaksi jual-beli *online* dengan mudah, cepat dan terpercaya menggunakan *smartphone*, yang pastinya memerlukan jaringan internet. Daya tarik Shopee untuk pelaku usaha yang membuka usahanya di media *e-commerce* Shopee ini salah satunya dapat merasakan atau

⁸ DataIndonesia, "Komposisi Pelanggan Telpn Seluler Menurut Cara Pembayaran", <https://dataindonesia.id/digital/detail/jumlah-pelanggan-ponsel-di-indonesia-naik-289-pada-2021>, diakses pada 7 februari 2023.

mendaftarkan produk jualannya secara mudah dan gratis serta penawaran menarik lainnya seperti promo gratis biaya pengiriman seluruh Indonesia.⁹

Menurut data *Similarweb*,¹⁰ pada Agustus 2022 situs Shopee menerima 190,7 juta kunjungan dari Indonesia. Angka ini meningkat 11,37% dibanding bulan sebelumnya, kunjungan ke situs Shopee berjumlah 171,2 juta pada Juli 2022. Capaian itu pun menjadikan Shopee sebagai situs *e-commerce* peringkat pertama di Indonesia.



Gambar 1. Statistik Perbandingan Pengunjung Marketplace di Indonesia di Tahun 2022

Di bawah *Shopee*, ada situs *Tokopedia* yang menerima 147,7 juta kunjungan. Kemudian ada 64,1 juta kunjungan ke situs *Lazada*, 24,9 juta

⁹ Ah Khairul Wafa, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap ShopeePAY Later”, *J-HES Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 4 No. 1 Januari-Juni 2020, hal 20.

¹⁰ <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/#traffic>, diakses pada 10 Februari 2023.

kunjungan ke situs Blibli, dan 24,1 juta kunjungan ke situs Bukalapak pada periode sama.¹¹

E-commerce yang dikembangkan anak bangsa yang memiliki *spotlight* di persaingan usaha *marketplace* Asia adalah Tokopedia, CNN Indonesia dalam artikel ekonomi bisnis pada tahun 2022 menyebutkan, Tokopedia menjadi *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia pada kuartal I 2022.¹² Sementara Shopee, berada di urutan kedua terbanyak dikunjungi di Indonesia yang diikuti oleh Lazada, Bukalapak, dan Orami. Untuk skala negara Asia Tenggara seperti negara Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, dan Vietnam. Shopee berada di peringkat pertama sebagai *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi dengan total 421 juta pengguna sepanjang kuartal I/2022, yang kemudian posisi Shopee ini diikuti oleh *e-commerce* lainnya seperti Lazada, Zalora, Amazon, dan *e-commerce* lokal asal negara-negara tersebut.¹³

Prayogo dalam penulisanya, adanya Undang - Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang - Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dalam lingkup *e-commerce* tidak banyak terjadi perubahan dalam ketentuan undang-undang sebelumnya.¹⁴ Restiawan berpendapat, pada aspek perekonomian, perubahan ini menimbulkan terjadinya

¹¹ Databoks, “Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/>, diakses pada 2 februari 2023.

¹² CNN Indonesia, “Tokopedia Jadi Jawara E-Commerce RI Kuartal I 2022”, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220530133716-92-802688/tokopedia-jadi-jawara-e-commerce-ri-kuartal-i-2022>, diakses pada 10 Juli 2022.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Presley Prayogo, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual-Beli Melalui Internet (Kajian Terhadap Pemberlakuan Transaksi Elektronik dan Perlindungan Hukum).” *Lex et Societatis*, Vol. 2, No. 1, (2014), hal. 78-88.

proses pertumbuhan ekonomi perekonomian negara ke arah era maju yang saling berpengaruh atau mempengaruhi.¹⁵

Mengenai transaksi elektronik di Indonesia, nusantara sudah memiliki peraturan yakni tertera pada Pasal 1 (2) UU 19 Tahun 2016, bahwa “transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya”. Proses tersebut, mengikat para pihak bersepakat hal ini dituangkan dalam bentuk kesepakatan perjanjian atau kontrak tertuang dalam Pasal 1 (18) UU 19 Tahun 2016 yang berkaitan dengan kesepakatan bersama perjanjian yang dikirim pada *e-mail* masing-masing pengguna berupa “notifikasi tertulis” saat proses bertransaksi elektronik.¹⁶

Karena juga Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak, transaksi jual beli *online* diperbolehkan melalui Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang menyatakan bahwa : “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya”. Pasal ini dimaksudkan dengan para pihak yang bertransaksi ini bebas dalam membuat suatu perjanjian jual-beli selama tidak bertentangan dengan Undang-Undang, ketertiban umum, dan kesusilaan sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 1337 KUHPerdara. Oleh karena itu, perjanjian jual-beli melalui *e-commerce* ini tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam buku ke-III tentang perikatan dalam KUHPerdara khususnya perikatan yang dilahirkan dari kontrak atas perjanjian.

¹⁵ Komang Restiawan, “Perlindungan Bagi Pengguna E-Commerce Dalam Perluasan Ekonomi Global”, Fakultas Hukum Universitas Udayana, (2020), Vol. 10, No. 2, hal. 6.

¹⁶ *Ibid.*, hal. 3.

Kontrak elektronik sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU ITE mendefinisikan “Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik”, dengan begitu suatu hubungan komunikasi elektronik dapat dikatakan sebagai suatu kontrak elektronik. *e-commerce* merupakan suatu bentuk dari komunikasi elektronik ini dengan yang kita ketahui transaksi dalam sudut pandang komunikasi adalah kegiatan bertukar informasi melalui suatu sistem komunikasi.¹⁷

Dalam ketentuan Shopee yang dimuat pada bagian pusat bantuan, sub bagian kebijakan dan (“Syarat Layanan”) Butir 1.2 menyatakan mengenai hubungan kontrak antara pihak sebagai berikut:

“Kontrak penjualan yang sebenarnya adalah secara langsung antara Pembeli dan Penjual di Shopee bukan merupakan pihak di dalamnya atau setiap kontrak lainnya antara Pembeli dan Penjual serta tidak bertanggung jawab sehubungan dengan kontrak tersebut. Para Pihak dalam transaksi tersebut akan sepenuhnya bertanggung jawab untuk kontrak penjualan antara mereka, daftar barang, garansi pembelian dan sebagainya. Shopee tidak terlibat dalam transaksi antara Pengguna.”¹⁸

Mengenai kontrak yang dimaksud adalah kontrak yang dibuat setelah terjadinya perbuatan hukum tidak terkecuali dalam pelaku usaha mendaftarkan barang di aplikasi *Shopee*. Ketentuan yang dibuat oleh kebijakan *Shopee* disetujui oleh para pengguna aplikasi di saat pengguna mendaftarkan data dirinya di aplikasi tersebut, ketentuan pendahuluan (“Syarat Layanan”) butir 1.3:

“Sebelum menjadi Pengguna Situs, anda harus membaca dan menerima semua syarat dan ketentuan dalam, dan yang berkaitan dengan, Syarat Layanan ini dan anda harus memberikan persetujuan atas pemrosesan data

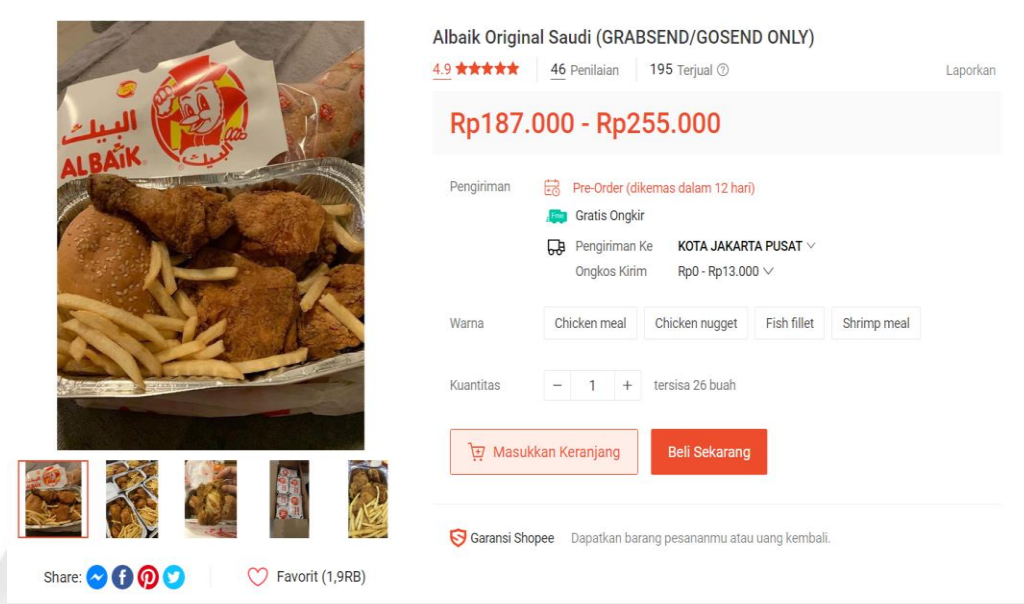
¹⁷ Jemmy Vestius Confido, “Urgensi Hukum Bagi Penyelenggara Platform E-Commerce Di Indonesia”, Disertasi, Jakarta: Program Studi Doktor Hukum Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan, 2019, hal. 19.

¹⁸ Pusat Bantuan Shopee, “Syarat Layanan”, <https://help.shopee.co.id/portal/article/71187-Syarat-Layanan?previousPage=search%20recommendation%20bar>, diakses pada 10 Februari 2023.

pribadi anda sebagaimana dijelaskan dalam Kebijakan Privasi yang terkait dengan Syarat Layanan ini.”¹⁹

Penerapan sistem transaksi juga mengalami perkembangan atau memperoleh kepopuleran kembali dengan maksud sistem seperti *Pre-Order* (Proses Indent). Dewasa ini sistem transaksi menggunakan *down payment* (Uang Panjar) yaitu pihak pembeli membayar harga barang yang akan dibeli terlebih dahulu yang secara umumnya 50% dari harga barang atau bisa dengan pembayaran keseluruhannya. Alasan umumnya pelaku usaha *e-commerce* ini memberlakukan sistem *Pre-Order* dengan maksud memberi sebuah kesepakatan transaksi kepada pembeli produk, karena dalam hal ini barang tersebut jarang adanya, barang *custom*, olahan makanan yang cepat kadaluarsa, ataupun produksi yang minim.

¹⁹ *Ibid.*



Gambar 2. Produk Jualan Pre-Order Albaik Chicken Arab Saudi dari User Id Basyarah

Dengan contoh gambar di atas, pelaku usaha dengan *user id* @_basyarah_. Menggunakan layanan *platform e-commerce Shopee* sebagai lapaknya berjualan makanan *impor* Arab Saudi berupa ayam goreng yang menggunakan pengiriman *Pre-Order* dengan waktu dikemas 12 hari. Pelaku usaha mengunggah produk dengan deskripsi sebagai berikut:²⁰

Pada intinya deskripsi gambar yang dituliskan oleh pelaku usaha tersebut mencakup dengan apa itu *Albaik Chicken*, isi dan jumlah produk yang akan dikirimkan, informasi tambahan seperti seberapa kali dalam sebulan membuka *pre-order*, pengiriman yang langsung dari bandara, dan ketentuan lainnya yang ditetapkan oleh pelaku usaha.

²⁰ <https://shopee.co.id/Albaik-Fried-Chicken-Ayam-Goreng-Arab-Chicken-Nugget-Saudi-Ayam-Albaik-Saudi-Shrimp-Crispy-i>, diakses pada 11 Februari 2023.

Deskripsi Produk

Bismillah...

PO PALING LAMBAT READY 18-20 Februari 2023

Sebelum nya ada yang sudah tau Albaik Chicken itu Apa?

Yuuk kita kenalan dulu Albaik Chicken itu apa

Albaik Chicken adalah Ayam goreng khas timur tengah yang sangat Fenomenal di Saudi Arabia.

Yang sudah pernah haji atau Umroh biasanya kangen banget sama Ayam ini..

Sensasi rempahnya yang unik tapi enak dan meresap sampai ketulang2nya si ayam. Plus citarasa saus garlicnya yang khas bgt dan dijamin bisa bikin kamu laper 🤤🤤🤤🤤

Sepaket albaik chicken meal berisi :

- 4 Potong ayam (1/2 ekor ayam)
- kentang goreng
- roti bun / Roti bulat
- saus garlic

sepaket albaik nugget meal berisi:

- 10 pcs nugget
- kentang goreng
- roti bun
- nugget sauce

Info tambahan:

Kami membawanya dg jarak yg tidak lama, dibeli bebrwapa jam sebelum flight. Setibanya di bandara langsung diantar ke tujuan dan langsung diamankan dalam freezer agar rasa tidak berubah.

Pengiriman sebulan 3-4 kali, jadi selalu fresh bukan stock lama.

Note: Albaik kami dibawa bukan dibagasi seperti yg bawa pada umumnya. Dan tidak pernah bawa dalam jumlah besar, karena pihak restoran tidak mengizinkan pembelian dalam jumlah banyak (ratusan porsi) , kecuali membeli secara bertahap dan kalo bertahap memerlukan waktu, jadi tidak cukup dalam waktu sehari saja. Itu artinya keadaan ayam yang lumayan berjam-jam dalam suhu ruang. Memang banyak yang jual dengan harga lebih murah, tapi itu bisa dipastikan bagi yang bawa dalam jumlah besar, bukan seperti kami, bawa sedikit tetapi aman dan fresh karena dadakan. So... Beli harga murah tapi kurang fresh atau... Beli sedikit mahal tapi dijamin fresh??

Pengiriman hanya bisa dengan GRABSEND/GOSEND

dg anda memilih expedisi lain yg tidak kami sarankan, berarti anda siap menanggung resiko bila ada keterlambatan (kami tidak menerima complaint) .

membeli = setuju

Gambar 3. Deskripsi Produk Jualan Pre-Order Albaik Chicken Arab Saudi dari User Basyarah

Keterangan mengenai produk yang di unggah pelaku usaha tersedia atau tidak dapat dilihat di bagian kuantitas produk, kemudian mengenai produk tersebut adalah barang indent atau tidak, biasanya pelaku usaha di platform tersebut mencantumkannya di judul produk dan deskripsi produk, *Shopee* sendiri dalam sistem *pre-order* yang digunakan pelaku usaha tidak membuat ketentuan uang panjar 50% melainkan uang yang harus dibayarkan konsumen adalah

keseluruhannya yang berbeda adalah pengaturan mengenai jangka waktu pengiriman barang.

Down payment atau yang sering dikenal dengan istilah uang muka atau uang panjar merupakan pembayaran secara tunai sebagian harga atas suatu barang yang hendak dibeli.²¹ *Down payment* biasanya dilakukan ketika seseorang melakukan transaksi jual beli. Dalam peraturan perundang-undangan atau KUHPer dikenal dengan istilah uang panjar sebagaimana ketentuan dalam Pasal 1464 : “Jika pembelian dibuat dengan memberi uang panjar tak dapatlah salah satu pihak meniadakan pembelian itu dengan menyuruh memiliki atau mengembalikan uang panjarnya”. Definisi uang panjar ; sebagai uang muka, berdasarkan KBBI. Pasal 1465 :

“Harga beli harus ditetapkan oleh kedua belah pihak. Harga beli namun itu dapat diserahkan kepada perkiraan seorang pihak ketiga. Jika pihak ketiga ini tidak suka atau tidak mampu membuat perkiraan tersebut, maka tidaklah terjadi suatu pembelian.”

Jika dalam halnya pembayaran *Down Payment* sebesar 100% atau kurang, telah berlangsung dan terjadi wanprestasi, pada dasarnya uang tersebut lepas kepada si pelaku usaha, mengingat sudah terjadinya kesepakatan dan ada atau tidaknya negosiasi yang dilakukan dikarenakan dalam ketentuan Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengenai hak-hak pelaku usaha menyebutkan bahwa:

“dimana hak-hak tersebut terdiri dari hak mengenai menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan, hak untuk mendapat perlindungan

²¹ Humaira Aliya, “Down Payment (DP): Apaitu, Cara Kerja, dan keuntungannya”, <https://glints.com/id/lowongan/down-payment-adalah/#.ZBoEAnZBy3A>, diakses pada 27 Februari 2023.

hukum dari itikad tidak baik dari konsumen, hak untuk membela diri seperlunya dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen ”

Berdasarkan ketentuan tersebut, kecuali para pihak setuju untuk membatalkan perjanjian, maka uang panjar yang telah dibayarkan oleh pembeli tidak perlu dikembalikan sebagaimana ketentuan dalam Pasal 1464 KUHper. Kemudian pada Putusan Pengadilan Negeri Tanjungkarang Nomor 5/Pdt.G/2015/PN.Tjk., yang menyatakan bahwa²² :

“Menimbang, bahwa oleh karena tidak dapat dibatalkan secara sepihak maka apabila pembatalan tersebut karena Penjual wanprestasi maka ia harus mengembalikan uang panjar beserta biaya yang telah dikeluarkan kepada pembeli, sedang apabila pembatalan tersebut karena perbuatan wanprestasi dari pembeli maka Penjual tidak wajib mengembalikan uang panjar”²³

Secara kajian diatas menggambarkan pelaku usaha menerima DP tersebut dengan maksud itikad baik dari konsumen, terlepas tindakan ini sekilas merugikan konsumen namun jika dilihat dari sudut pandang pelaku usaha, pelaku usaha memerlukan tindakan atau suatu usaha untuk konsumen tersebut mendapat apa yang diinginkan dan secara bisa dilihat dari tahapan transaksinya serta kontribusi yang dilakukan lebih dominan terhadap pelaku usaha.

Selain dari penggunaan sistem pembayaran dalam transaksi, para pelaku usaha dengan jasa pengiriman barang, pelaku usaha akan menyusun berbagai strategi, salah satunya memfasilitasi berbagai model transaksi yang ditawarkan oleh pihak pelaku bisnis *online*, yang secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan kompleksnya permasalahan yang muncul dalam hal pertanggungjawaban perusahaan jasa pengiriman barang, sehingga secara hukum

²² Universitas Medan Area, “Bagaimana Down Payment Dalam Perjanjian?”, Artikel Magister Ilmu Hukum Pascasarjana, Vol. 1, No. 1 (2022).

²³ Putusan Pengadilan Negeri Tanjungkarang Nomor 5/Pdt.G/2015/PN.Tjk, hal. 33.

dimungkinkan adanya upaya mengurangi beban pertanggungjawaban perusahaan pengangkutan barang dengan menetapkan aturan dan persyaratan pengiriman barang.²⁴

Pengaturan mengenai pertanggungjawaban seperti di atas tidak serta merta menghilangkan salah satu permasalahan krusial dalam sistem transaksi *e-commerce* perilaku komplain ketika ada ketidakpuasan. Respon konsumen dipengaruhi karakter konsumen dalam tipe *complain* yang dilakukan oleh konsumen belanja *online* terhadap ketidakpuasan yang dihadapi ketika mengkonsumsi produk atau jasa dengan memperhatikan kualitas produk, layanan, nilai dan faktor personal.²⁵ Dalam halnya pengiriman barang dihubungkan dengan sistem transaksi *pre-order* ini tidak ada kejelasan pasti kapan dan bagaimana jangka waktu yang dilindungi oleh hukum terhadap konsumen yang melakukan perjanjian transaksi jual-beli. Maka dengan itu memungkinkan perilaku konsumen untuk merasa cemas dan merasa tidak aman dengan ketidakpastian tersebut, yang pada akhirnya berujung pada sebuah wanprestasi.

Pada Pasal 9 ayat (1) UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan, “pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah :

²⁴ I Gusti Agung Ika Mahadewi, *et.al.*, “Tanggung jawab Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Dengan Kendaraan Bermotor”, Jurnal Kertha Wicara, Fakultas Hukum Udayana, Vol. 8, No. 12, ISSN. 2303-0550, hal. 3

²⁵ Nasyiatul Aisyiyah, *et.al.*, “Analisis Perilaku Komplain Konsumen Online Shopping”, Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen, Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Institut Pertanian Bogor, Vol. 12, No. 3, ISSN.25023594, hal. 257.

1. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
2. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
3. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
4. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
5. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
6. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
7. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
8. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
9. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
10. menggunakan kata-kata berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
11. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.”

Jika dalam sistem transaksi yang disetujui adalah sistem pembayaran dengan *down payment* untuk barang yang *pre-order*, akankah itu melanggar ketentuan Pasal 9 UUPK ini dengan yang lebih tepatnya pada huruf e, barang dan/atau jasa tersebut tersedia, ketersediaan barang atau cara memperolehnya

dalam suatu jual-beli *online* juga pada umumnya dirahasiakan dan tidak ada keterbukaan informasi dalam sebuah deskripsi penjualan di *e-commerce*.

Pada halnya tanggung jawab pelaku usaha yang tertera pada Pasal 19 UUPK ayat (1) menyebutkan "Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan." dan ayat (3) "Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi". Pada pasal di atas kewajiban pelaku usaha untuk memberi upaya ganti rugi, namun dalam hal barang *pre-order* pengesahan transaksi *down payment* dan perhitungan mulainya berlaku ketentuan 7 (tujuh) hari setelah transaksi memerlukan penjelasan lebih lanjut yang konsumen maupun pelaku usaha perlu mengetahuinya, karena produsen ataupun *marketplace* pada umum menyertakan ketentuan hari rentan waktu yaitu 7-30 (tujuh sampai tiga puluh) hari sesuai dengan ketentuan yang diberikan *marketplace shopee*. Dengan ini maka penulis menghasilkan beberapa rumusan masalah;

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan sistem *Pre-Order* dalam transaksi jual beli *Online* di shopee ditinjau dari hukum positif Indonesia?
2. Bagaimana penerapan perlindungan hak-hak konsumen yang melakukan pembelian barang *online* di Shopee dengan sistem *pre-order*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan tambahan pandangan terhadap penerapan hukum pada *e-commerce* Shopee ataupun transaksi elektronik lainnya.
2. Memecahkan persoalan hukum, melakukan penemuan hukum dan melakukan pengembangan ilmu hukum ke depan terutama dalam bidang transaksi jual-beli *online* di Shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis :

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan kepada penulis sendiri, pembaca pada umumnya, kalangan akademisi hukum serta pengembangan hukum mengenai bidang Hukum Perlindungan Konsumen khususnya terkait sistem jual-beli *online* menggunakan *marketplace online* atau *e-commerce* terkhususnya konsumen yang menggunakan sistem *Pre-Order* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu hukum, khususnya mengenai jual-beli *online* menggunakan *marketplace online* atau *e-commerce* terkhususnya konsumen yang menggunakan *Pre-Order* dalam bidang hukum.
3. Diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pemahaman baru bagi pembuat peraturan perundang-undangan.

1.4.2 Secara Praktis :

1. Diharapkan untuk penulis dapat belajar lebih mengenai Hukum Ekonomi maupun Hukum Bisnis dalam kajian Hukum Perlindungan Konsumen dalam proses penulisan penelitian ini.
2. Diharapkan memberikan dampak positif terhadap konsumen maupun pelaku usaha terhadap jual beli *online* dengan sistem *pre-order* berdasarkan hukum positif Indonesia.
3. Diharapkan untuk menjadikan masyarakat untuk lebih bijak dalam melakukan transaksi jual beli *online* khususnya menggunakan sistem *pre-order*.
4. Diharapkan dapat memberikan informasi kepada pemerintah mengenai hukum perlindungan konsumen terkait sistem jual-beli *online*.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai tinjauan pustaka yang berkaitan dengan sistem transaksi elektronik pada *e-commerce*, hak

serta kewajiban pelaku usaha dan konsumen serta teori-teori hukum yang berkaitan sehingga mampu memecahkan masalah dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya sehingga mampu memecahkan pokok permasalahan yang diangkat.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Pada bab ini berisi mengenai analisis yang merupakan hasil dari pengolahan data disertai pembahasan mengenai perlindungan konsumen terhadap konsumen yang melakukan pembelian barang *online* di *e-commerce Shopee* dengan sistem kontrak *pre-order* di Indonesia yang akan didasari oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan berisi tentang kesimpulan dan saran dari topik yang penulis teliti, kesimpulan akan memberi konklusi dari penelitian yang telah dilakukan dan saran merupakan opsi tambahan sebagai solusi dari pembahasan yang ada di penelitian