

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua, karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum.<sup>1</sup> Dalam perspektif masa depan, dunia akan menjadi sebuah perkampungan besar, sehingga batas-batas negara menjadi sangat kabur. Sementara itu, ekonomi global mengikuti logikanya sendiri.<sup>2</sup>

Dalam proses tersebut, terjadilah sebuah intensifikasi kesadaran terhadap dunia sebagai satu kesatuan utuh. Namun demikian, proses globalisasi yang memungkinkan adanya arus informasi bebas hambatan melalui internet, peningkatan lalu lintas arus barang dan personalia secara internasional serta keanggotaan di dalam berbagai organisasi dunia, secara

---

<sup>1</sup> Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2004), hal. 22

<sup>2</sup> *Ibid.* hal. 5

potensial memunculkan persoalan-persoalan hukum yang berdampak bagi masyarakat, yang mau tidak mau harus ditangani oleh para ahli hukum. Berbagai permasalahan yang dimunculkan oleh teknologi informasi dan harus dihadapi oleh hukum semestinya telah cukup jelas dan dapat diduga.<sup>3</sup>

Oleh karenanya, inovasi iptek yang merupakan produk manusia tidak hanya memunculkan dampak positif, tetapi bisa memicu munculnya dampak-dampak negatif. Di sinilah muncul sebuah urgensi akan kebutuhan regulasi dan peraturan perundang-undangan yang secara khusus menangani bidang teknologi dan informasi.

Memasuki era globalisasi, tak bisa dipungkiri jika penggunaan telekomunikasi dan teknologi informasi yang semakin terpadu (*global communication network*) ditambah dengan meningkatnya penggunaan serta pengembangan internet, membuat dunia seakan ciut sekaligus menghapuskan batasan-batasan antar negara, kedaulatan, serta tatanan masyarakatnya. Berbanding terbalik dengan fakta tersebut, dinamika masyarakat Indonesia yang terbilang baru bertumbuh dalam ranah industri informasi nampaknya masih premature untuk mengiringi perkembangan teknologi tersebut. Tentunya keberadaan internet memiliki pengaruh yang besar bagi masyarakat Indonesia sebagai suatu negara berkembang, sebagaimana peran dan tujuan awal dari terciptanya internet itu sendiri adalah sebagai penunjang kehidupan manusia.

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hal. 16

Adapun kaitan pemanfaatan dan penggunaan teknologi dengan pemaparan yang disampaikan di atas, adalah penggunaan teknologi yang mencakup internet dan komunikasi dalam kehidupan, pekerjaan, terutama sistem jual beli daring haruslah menjunjung dan memperhatikan regulasi serta peraturan perundang-undangan yang berlaku dan diterapkan. Menaatinya merupakan kewajiban seluruh masyarakat.

Membahas seputar regulasi dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, mengutip Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UU ITE, yang dimaksud dengan Sistem Elektronik ialah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik.<sup>4</sup> Penyelenggaraan sistem elektronik dilaksanakan oleh penyelenggara sistem elektronik.<sup>5</sup>

Adapun yang dimaksud dengan penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola dan/atau mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna sistem

---

<sup>4</sup> Pasal 1 angka 5 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (LN No. 58 Tahun 2008, TLN No. 4843)

<sup>5</sup> Pasal 3 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (TLN No. 5348)

elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau pihak lain.<sup>6</sup> Dalam hal ini, penyelenggaraan sistem elektronik wajib menyediakan sistem yang sangat aman dan mudah digunakan (*user friendly*) bagi para pengguna. Penyedia sistem elektronik juga sangat dilarang menyalahgunakan data pribadi yang telah dihimpun ke dalam sistem mereka untuk kepentingan komersial ataupun perbuatan melawan hukum.<sup>7</sup> Sementara itu, para pengguna teknologi juga wajib menjunjung tinggi nilai keadilan.

Salah satu bentuk penerapan penggunaan teknologi internet yang tengah mainstream dan mengalami perkembangan masif di Indonesia adalah *Electronic Commerce* atau dapat disebut sebagai *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacturer*), penyedia layanan (*services providers*) dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yakni internet.

Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.<sup>8</sup> *E-Commerce* memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu serta tanpa batasan geografis antar

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, Pasal 1 angka 4

<sup>7</sup> Rizky Karo, *Op.Cit.*, hal. 5

<sup>8</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Setia, 2006), hal. 10

negara.<sup>9</sup>

Dikutip dari sebuah riset yang dilakukan A.T Kearney,<sup>10</sup> pasar *e-commerce* Indonesia memperoleh pencapaian senilai US\$ 1,3 miliar dengan jumlah penduduk yang kurang lebih berjumlah 240 juta jiwa. Angka tersebut dapat dijadikan acuan baku jika Indonesia adalah pasar potensial untuk bisnis *e-commerce*. Lebih lanjut, disebutkan pula jika jumlah pengguna internet di Indonesia berdasarkan survei adalah sebanyak 39 juta jiwa, angka tersebut berlanjut dengan data jika 12 persennya atau 5 juta jiwa memanfaatkan internet sebagai sarana bertransaksi.<sup>11</sup> Dengan adanya *E-Commerce*, manusia tidak perlu lagi mendatangi suatu tempat atau pusat perbelanjaan untuk melakukan pembelian barang, obat-obatan, makanan maupun kebutuhan sehari-hari lainnya. Keberadaan *E-Commerce* juga turut merombak sistem kegiatan belanja, di mana seluruh kegiatan jual beli, mulai dari pemilihan barang hingga pengiriman dapat dilakukan secara online. Tingginya angka pengguna *e-commerce* di Indonesia memunculkan peluang bagi perusahaan dengan konsep baru. Hal tersebut akhirnya memunculkan sebuah ‘pasangan’ bagi *e-commerce* yakni *e-wallet* yang diciptakan guna mempermudah proses transaksi dan meningkatkan

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal. 2

<sup>10</sup> A.T.Kearney, “*Lifting The Barriers of E-commerce in ASEAN*”, (CIMB ASEAN Research Institute, 2015), hal. 29

<sup>11</sup> Dedy Paryadi, “*Pengawasan E-Commerce dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*”, *Jurnal Hukum dan Pembangunan* Vol.48 No.3, September 2018, hal. 652

kenyamanan kala berbelanja.

Memasuki era yang serba modern ini, masyarakat urban di hampir seluruh dunia, tidak terkecuali masyarakat Indonesia, semakin menggandrungi proses transaksi *cashless* alias non-tunai. Transaksi *cashless* di Indonesia berawal dari munculnya uang elektronik atau umum dikenal dengan sebutan *electronic money*<sup>12</sup> (selanjutnya disebut dengan *e-money*). Kemunculan *e-money* selanjutnya disusul oleh kemunculan dompet digital atau umum dikenal dengan sebutan dengan *electronic wallet* (selanjutnya disebut dengan *e-wallet*). Dari segi penggunaan, *e-wallet* jauh lebih ringkas dan praktis dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional, tidak hanya itu, *e-wallet* juga dapat difungsikan sebagai langkah pembayaran bermacam kebutuhan lainnya seperti tagihan belanja atau kebutuhan rumah tangga lainnya.

Pengguna *e-wallet* cukup menggunakan *smartphone* milik mereka untuk bertransaksi di toko online (selanjutnya disebut dengan *E-commerce*) yang sudah sangat mainstream di era ini. Bagi konsumen *e-commerce*, kehadiran *e-wallet* juga turut memunculkan bermacam opsi menarik.

---

<sup>12</sup> Uang Elektronik (*Electronic Money*) berdasarkan Pasal 1 Angka 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit;
- b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*;
- c. digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan
- d. nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Sebagian *e-commerce* telah melakukan kerjasama dengan bermacam brand *e-wallet* untuk memunculkan promosi-promosi menarik guna memikat konsumen. Promosi yang dimaksud bisa berupa diskon ataupun *cashback*. Hal tersebut juga menjadi salah satu faktor yang membuat masyarakat, khususnya mereka yang tinggal di daerah perkotaan, untuk tergiur dan terdorong melakukan transaksi *cashless*.

Memasuki pembahasan seputar *e-wallet*, awal kemunculan *e-wallet* di Indonesia dipelopori oleh Telkomsel yang merilis *T-Cash* pada 2007, lalu disusul Dompetku oleh Indosat pada 2008, dan XL Tunai dari XL Axiata pada 2012. Layananya pun terbilang masih sedikit, yakni sekedar *top up* pulsa dan data internet, serta transfer uang ke bank yang tergabung dalam ATM Bersama.<sup>13</sup> Dengan perkembangan teknologi yang pesat, *e-wallet* mulai bertransformasi dengan memperluas layanan pembayaran dan memunculkan bermacam inovasi menarik pula. Tidak hanya itu, investor-investor dan pelaku usaha yang melihat adanya potensi bisnis pun akhirnya turut masuk dalam persaingan di ranah *e-wallet*.

Salah satu brand *e-wallet* yang cukup populer di Indonesia dewasa ini adalah *ShopeePay*. *ShopeePay* sendiri merupakan produk *e-wallet* yang diluncurkan oleh PT. Airpay International Indonesia pada 28 November 2018 serta telah memperoleh izin resmi dari Bank Indonesia pada Agustus

---

<sup>13</sup> Wartaekonomi, <https://wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-domp-digital>, diakses pada 28 Oktober 2022

2018 berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B tanggal 8 Agustus 2018. *ShopeePay* mencukupi kebutuhan transaksi non-tunai konsemennya dengan memanfaatkan saldo yang tersimpan. Penggunaan *ShopeePay* juga dapat dilakukan pada toko fisik ataupun *e-commerce* yang sudah menjadi mitra.

Sejak perilisannya, *ShopeePay* sukses menjadi *e-wallet* dengan pengguna terbanyak di Indonesia dan mengalahkan beberapa kompetitor lainnya. Hal tersebut dibuktikan oleh survei Snapcart yang melibatkan 1.000 responden di segala penjuru Indonesia pada bulan Juni hingga Agustus 2020. Survei tersebut menunjukkan bahwa semenjak pandemi Covid-19 ini, pemakaian *ShopeePay* meningkat hingga 68%, selanjutnya OVO dan *GoPay* yang masing-masing mengalami peningkatan hingga 56%, Dana (42%), dan LinkAja (19%). Dengan terdapatnya catatan bahwa *ShopeePay* mempunyai rekor tertinggi dalam transaksi yakni hingga 32% dari total jumlah transaksi *e-wallet* di Indonesia, menyebabkan PT Airpay International Indonesia semakin besar yang dimana PT ini sudah menjalin kerja sama dengan sejumlah perusahaan seperti *e-commerce* Shopee, restoran, kafe, asuransi, dan ribuan toko fisik atau merchant yang berada di seluruh Indonesia.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Gama Putra, Nuruni Ika. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Shopeepay* Di Surabaya", Jurnal Sains Manajemen Vol. 7 No. 2 tahun 2021 hal. 99

Menyusul kesuksesan *ShopeePay*, PT. Airpay Internasional Indonesia sebagai pelaku usaha kemudian mengambil langkah baru dengan merilis sebuah fitur yang dinamakan *Shopee PayLater*. Fitur ini adalah hasil kerjasama antara PT. Airpay selaku penyelenggara dengan PT. Commerce Finance selaku pemberi dana pinjaman yang berfungsi mempermudah pengguna aktif *Shopee* untuk bertransaksi di *marketplace* tersebut melalui pinjaman uang dengan bunga yang minim. Hanya pelanggan *Shopee* yang dapat menggunakan fasilitas *Shopee PayLater* dengan disertai syarat dan ketentuan berlaku. Secara bahasa, *paylater* berarti konsumen dapat memesan dan menerima pesanan sebelum pembayaran atau menunda pembayaran, yang berarti karena *paylater* adalah instrumen keuangan yang menggunakan dana dari perusahaan aplikasi. Setelah itu pengguna harus membayar tagihan ke perusahaan aplikasi tersebut. Pengguna diberi kesempatan untuk menggunakan atau memanfaatkan fitur *paylater* dan harus membayar di waktu yang ditentukan.

Ada banyak dampak positif dari hadirnya pasangan *E-Commerce* dan *E-wallet*, akan tetapi, kehadiran keduanya juga memiliki dampak yang negatif apabila pengguna elektronik tidak memanfaatkannya secara bijak. Salah satu dampak negatif yang menjadi pembahasan di penelitian ini adalah seputar payung hukum yang menaungi konsumen dan pelaku usaha dalam kegiatan transaksi online, secara spesifik, dalam *Shopee PayLater*, yang jika dievaluasi secara mendalam, proses penyelenggaraan tersebut

nyatanya memunculkan beberapa pertanyaan. Pertanyaan yang muncul dalam penggunaan fitur pembayaran *Shopee PayLater* dalam bertransaksi, misal perihal hubungan hukum antara konsumen pengguna *Shopee PayLater* dengan pihak *Shopee*, praktik pembayaran dengan fasilitas *Shopee PayLater*, serta kedudukan *Shopee PayLater* dalam pembayaran antara konsumen dengan *Shopee*.

Mengingat posisi *Shopee* yang juga merupakan sebuah aplikasi online yang sudah sangat mainstream dan mudah diakses oleh masyarakat Indonesia, kedudukan hukum positif khususnya hukum perlindungan konsumen dan hukum perjanjian sangatlah vital. Adanya perjanjian baku antara pihak *Shopee* dan konsumen yang menjadi landasan penyaluran dana kredit juga wajib diterapkan dan disepakati oleh kedua belah pihak. Melalui perjanjian baku, konsumen yang ingin mengajukan kredit pada layanan *Shopee* harus tunduk dan patuh terhadap ketentuan yang telah ditetapkan oleh *Shopee*. Berkaitan dengan hal tersebut, ketentuan mengenai kredit yang telah ditetapkan oleh layanan *Shopee* haruslah didukung dengan hukum-hukum positif serta regulasi yang agar layanan dari *Shopee PayLater* tidak mengalami *blunder* dan kerugian apabila debitur tidak melaksanakan kewajibannya. Perjanjian baku yang dibuat berlandaskan hukum positif yang berlaku tersebut juga harus dicermati lebih dalam disebabkan pengajuan kredit pada layanan *Shopee* tersebut dilakukan secara online. Apabila pengaturan kredit pada layanan *Shopee* tidak

mengindahkan hukum positif, maka potensi kerugian bisa muncul. Baik untuk pihak konsumen, ataupun pihak *Shopee* selaku Hal inilah yang menjadi salah satu permasalahan mendasar dalam layanan kredit online

Alasan itulah yang akhirnya melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian perihal penggunaan dan penerapan *Shopee PayLater* dalam proses transaksi online yang dilakukan konsumen, ditinjau dari hukum positif dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Melanjutkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, selanjutnya penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yakni sebagaimana berikut:

1. Bagaimana Keabsahan Perjanjian Kredit antara *Shopee Paylater* dengan Pengguna?
2. Bagaimana Syarat dan Ketentuan dari *Shopee PayLater* dihubungkan dengan Klausula Baku UUPK?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Melanjutkan pemaparan rumusan masalah di atas, penulis merumuskan tujuan dari penelitian ini sebagaimana berikut:

1. Untuk mengetahui Keabsahan dari perjanjian kredit antara *Shopee Paylater* dengan pengguna.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis Syarat dan Ketentuan dari *Shopee*

*PayLater* dihubungkan dengan klausula-klausula baku yang ada di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini ialah mengedukasi sekaligus memaparkan sejelas-jelasnya perihal tipik pengembangan iptek dan informasi dalam bidang hukum, terlebih terkait transaksi elektronik dan penulis berharap dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya yang berkaitan dengan transaksi bisnis secara elektronik.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah guna memberikan khazanah pemahaman, menambah kepustakaan serta memperkaya pengetahuan hukum terkait klausula-klausula baku menurut UUPK di dalam peminjaman online *E-Wallet*.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang disusun sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II      TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab ini akan dipaparkan landasan teori serta landasan konseptual yang mengulas teori-teori hukum dan dasar pemikiran yang berkaitan dengan pokok permasalahan hukum yang diangkat penulis dalam penelitian ini.

## **BAB III     METODE PENELITIAN**

Pada Bab ini akan dijelaskan variabel-variabel pendekatan yang meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, jenis pendekatan, dan sifat analisis data yang dilakukan penulis.

## **BAB IV     HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS**

Pada Bab ini penulis akan menganalisis dan menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, yakni aspek keabsahan hukum serta Syarat dan Ketentuan dari *Shopee Paylater* dihubungkan dengan klausula-klausula baku yang ada di dalam UUPK.

## **BAB V      KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran terkait penelitian yang telah dilakukan oleh Penulis.