

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Permasalahan

Seiring perkembangan zaman, teknologi dan informasi mengalami perubahan pesat yang berdampak pada berbagai bidang, salah satunya adalah bidang teknologi. Perkembangan ini tentunya merupakan suatu perubahan yang sangat pesat yang membuat internet menjadi salah satu fasilitas media yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja melainkan internet berkontribusi sangat besar bagi masyarakat maupun pemerintah dimana dengan adanya kehadiran internet dapat membuat dunia berkembang menjadi semakin pesat salah satunya lahirnya *electronic commerce* yang selanjutnya disebut juga *e-commerce*.<sup>1</sup> *E-commerce* secara tegas mengacu pada perusahaan dan individu yang membeli dan menjual barang dan jasa melalui internet. *E-commerce* beroperasi di berbagai jenis segmen pasar yang dapat dilakukan melalui komputer, tablet, *smartphone*, dan perangkat pintar lainnya. Hampir setiap produk dan layanan tersedia pada *e-commerce*, seperti buku, barang rumah, pakaian, tiket transportasi, dan layanan keuangan.<sup>2</sup>

*E-commerce* diciptakan oleh pengusaha Inggris Michael Aldrich sejak tahun 1979, dan di Indonesia, kemunculan *e-commerce* sebenarnya sudah ada sejak tahun 1999 dan pada tahun 2014 penggunaan *e-commerce* telah menjadi populer

---

<sup>1</sup> Zulkarnain Kedah, "Use of E-Commerce in The World of Business". *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)* Vol 2, (2023): hal. 51–60.

<sup>2</sup> Investopedia, "Ecommerce defined: Types, History, and Examples". <https://www.investopedia.com/terms/e/e-commerce.asp>, diakses pada 19 Juli 2023

di kalangan masyarakat.<sup>3</sup> Hal itu dibuktikan dengan munculnya sejumlah perusahaan *start-up* di Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Shopee, Lazada, Zalora dan lain-lain. *Supplier* di *e-commerce* umumnya memperdagangkan produk dan layanan kepada pelanggan secara langsung melalui situs web, *platform* media sosial, atau aplikasi pemesanan. Masyarakat menggunakan *internet* sebagai sumber informasi untuk membandingkan harga produk dan layanan atau untuk mendapatkan penawaran sebelum membeli produk secara *online*. Penyelenggara *e-commerce* menyediakan keranjang belanja untuk produk-produk terpilih dan pembayaran dapat dilakukan melalui kartu kredit, kartu debit, atau transfer dana elektronik.<sup>4</sup>

Umumnya, *e-commerce* sama seperti jual beli konvensional, bedanya hanya pada cara pelaksanaan jual beli, pada jual beli konvensional pelaku usaha dan konsumen bertemu secara langsung sedangkan pada jual beli di *e-commerce* pelaku usaha dan konsumen bertransaksi melalui media *online*. Peraturan mengenai Perlindungan Konsumen diatur dalam Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang - Undang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut sebagai UUPK ini memiliki ketentuan bahwa undang – undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen berlaku selama tidak bertentangan dengan undang- undang. Pada 11 Mei 1973, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia atau yang disebut sebagai YLKI didirikan, yang dianggap sebagai

---

<sup>3</sup> History of information, “Michael Aldrich invents online shopping : history of information.”<https://www.historyofinformation.com/detail.php?entryid=4528>, diakses pada 19 Juli 2023.

<sup>4</sup> *Ibid.*

pendahulu advokasi konsumen di Indonesia.<sup>5</sup> Sebelum Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) No. 2111 Tahun 1978 tentang Perlindungan Konsumen, gerakan di Indonesia sangat responsif terhadap situasi saat ini. Setelah YLKI, beberapa organisasi serupa muncul, seperti Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang pada tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung, dan beberapa perwakilan di beberapa provinsi di Indonesia karena lembaga ini tidak hanya melakukan penelitian, menerbitkan dan menerima pengaduan, tetapi juga melakukan advokasi langsung melalui jalur pengadilan, keberadaan YLKI sangat membantu dalam meningkatkan kesadaran akan hak-hak konsumen. YLKI dan Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) bekerja sama untuk membuat Rancangan UUPK. Pemerintah khawatir bahwa UUPK akan menghambat pertumbuhan ekonomi, jadi rancangan undang-undang ini belum dapat diterbitkan. Undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen kembali diusahakan pada awal tahun 1991.<sup>6</sup>

Pada saat itu, pemerintah, khususnya Departemen Perdagangan, telah memahami pentingnya UUPK. Hal ini ditunjukkan dalam dua naskah Rancangan UUPK, yang dibuat dengan kerja sama dengan Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada dan Lembaga Penelitian Universitas Indonesia namun, hasilnya sama dimana DPR tidak membahas kedua *draft* Rancangan UUPK tersebut.<sup>7</sup> Akhir tahun 1991, UUPK didorong oleh lembaga keuangan internasional karena hak konsumen pada dasarnya adalah hak sipil masyarakat, UUPK memberikan penjelasan lebih lanjut

---

<sup>5</sup> Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, “Sejarah – Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.” <https://ylki.or.id/profil/sejarah/>, diakses pada 19 Juli 2023.

<sup>6</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, ( Jakarta: Grasindo, 2006), hal 49-50.

<sup>7</sup> *Ibid.*

tentang hak asasi manusia, terutama hak ekonomi, dan merupakan tanda kebangkitan hak-hak sipil masyarakat.<sup>8</sup> Terbentuknya UUPK yang disepakati oleh Dewan Perwakilan Rakyat atau DPR pada tanggal 30 Maret 1999 dan disahkan Presiden RI pada tanggal 20 April 1999 (LN No. 42 Tahun 1999).

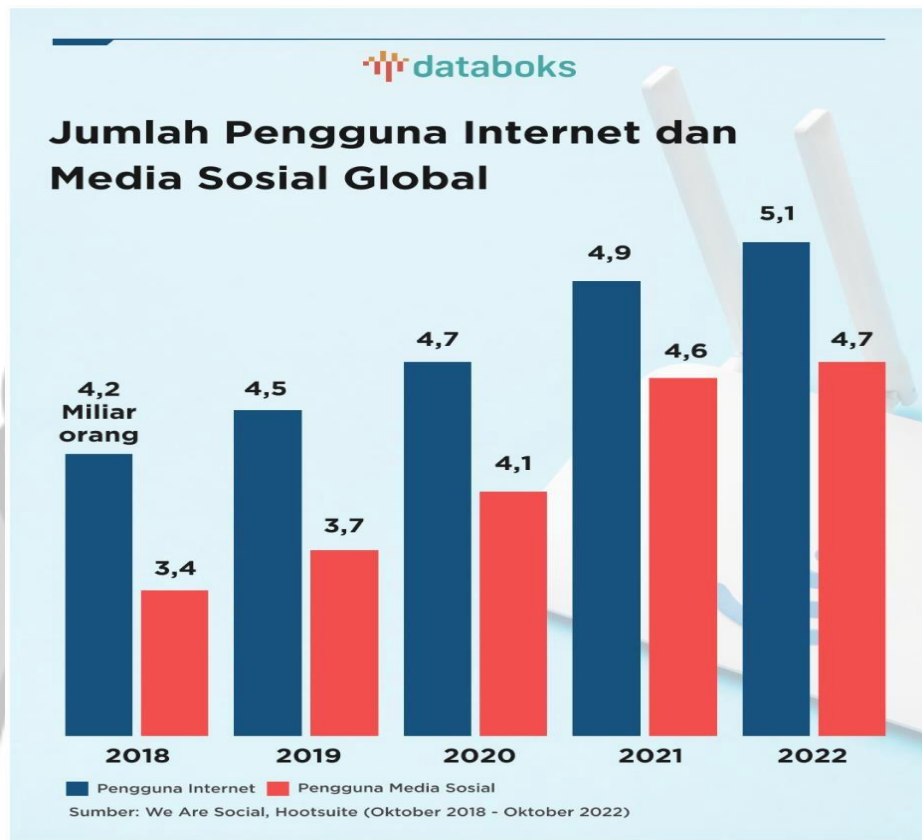
Indonesia merupakan negara berkembang dengan penduduk sebanyak 279(dua ratus tujuh puluh sembilan) juta orang dengan usia rata-rata 22(dua puluh dua) tahun yang lebih banyak menggunakan internet.<sup>9</sup> Generasi muda dalam rentang usia 20-25 tahun merupakan pengguna internet terbanyak di Indonesia dan diperkirakan jumlah pengguna internet di negara ini lebih dari 40(empat puluh) juta atau setara dengan 80(delapan puluh) persen total jumlah jiwa.<sup>10</sup> Indonesia mencatat penjualan di *e-commerce* sebesar Rp. 476,3 triliun pada tahun 2022 diketahui nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2022 lebih tinggi 18,8 persen dibandingkan tahun sebelumnya.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> Indonesia Baik, “Berapa jumlah penduduk Indonesia ya?” <https://indonesiabaik.id/infografis/berapa-jumlah-penduduk-indonesia> ya#:~:text=Berdasarkan%20data%20Badan%20Pusat%20Statistik, diakses pada 21 Juli 2023

<sup>10</sup> CNN Indonesia, “Pengguna Internet di Indonesia didominasi anak muda.” [<sup>11</sup> Data Indonesia, “Transaksi e-commerce RI tak capai target pada 2022,” <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ri-tak-capai-target-pada-2022>, diakses pada 21 Juli 2023](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-diindonesia-didominasi-anakmuda#:~:text=Jakarta%2C%20CNN%20Indonesia%20%2D%2D%20Generasi, diakses pada 21 Juli 2023</a></p></div><div data-bbox=)



Gambar 1. 1 Jumlah Penggunaan Data Internet dan Media Sosial  
 Sumber : Databoks.katadata.co.id

Selain itu, jumlah penggunaan internet meningkat pesat dengan penyebaran jangkauan seluler seperti adanya peluncuran internet 5G dan ekspansi *home provider* yang akan semakin mengembangkan bisnis *e-commerce* seiring dengan meningkatnya pertumbuhan dan *visibility brand*.<sup>12</sup> Hal ini tentu membawa perubahan pada perekonomian dunia sehingga istilah dari *e-commerce* saat ini berkembang sangat pesat. Semakin berkembangnya bidang usaha di bidang informasi dan telekomunikasi serta meningkatnya kebutuhan masyarakat, maka

<sup>12</sup> CNBC Indonesia, “Selamat datang era internet cepat 5G di Indonesia,” <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211229092412-37-302869/selamat-datang-era-internet-cepat-5g-di-indonesia#:~:text=Jakarta%2C%20CNBC%20Indonesia%20%2D%20Tahun%202021>, diakses pada 23 Juli 2023.

saat ini beberapa metode pembayaran telah dimunculkan dalam *e-commerce*. Opsi *e-payment* seperti kartu kredit/debit, *e-wallet* ataupun sistem *cash on delivery* atau yang selanjutnya disebut COD.

COD merupakan salah satu metode pembayaran yang dapat melayani konsumen seperti saat melakukan pembelian di toko secara langsung bedanya adalah konsumen membeli melalui *media online* dan membayar ketika barang sudah sampai di tempat. Negara maju seperti Amerika Serikat, Australia, Korea Selatan, Inggris dan negara di Eropa lainnya pemakaian metode pembayaran *e-payment* sudah hampir merata.<sup>13</sup> Sedangkan di Indonesia, sistem *e-payment* baru digunakan di Ibu kota seperti Jakarta, Surabaya, Denpasar, ataupun Medan. Beberapa daerah di Indonesia, uang tunai masih menjadi metode pembayaran utama entah sebagian besar pelanggan tidak memiliki akses ke *platform e-payment* atau mereka masih kurang edukasi terhadap metode *e-payment* tersebut.<sup>14</sup> Untuk itu, metode pembayaran COD dianggap sebagai metode pembayaran yang paling banyak digunakan. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk memesan produk tanpa harus membayar secara langsung. Munculnya berbagai macam metode pembayaran yang canggih telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, dimana pembeli tidak perlu pergi jauh- jauh untuk membeli barang dan membayar tidak perlu harus secara *face by face* kepada penjual.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Databoks.katadata.co.id, “Negara pengguna sistem pembayaran nontunai terbesar di dunia” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/negara-pengguna-sistem-pembayaran-non-tunai-terbesar-di-dunia>, diakses pada 23 Juli 2023.

<sup>14</sup> Pandeglang.inews.id, “7 Kota termaju yang ada di Indonesia, nomor 5 dijuluki daerah ternyaman,” <https://pandeglang.inews.id/read/188825/7-kota-termaju-yang-ada-di-indonesia-nomor-5-dijuluki-daerah-ternyaman>, diakses pada 23 Juli 2023

<sup>15</sup> *Ibid.*

Lebih lanjut, setiap bisnis yang dijalani wajib tunduk kepada serangkaian aturan hukum guna memberikan hak dan kewajiban pada pelaku usaha dan konsumen. Penjual atau pelaku usaha wajib mengirimkan barang yang sudah dibeli oleh konsumen dan pembeli atau konsumen wajib membayar sebesar harga pembelian barang sebagaimana yang telah ditetapkan pada Pasal 1513 KUHPerdara (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata). Menurut Pasal 1457 KUHPerdara, perjanjian jual beli merupakan perjanjian antara penjual dan pembeli dimana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang tersebut. Sifat perjanjian tersebut juga tercantum di dalam Pasal 1458 KUHPerdara yang menyatakan bahwa jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, setelah kedua belah pihak itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar. Berdasarkan Pasal 1458 KUHPerdara, ketika terjadi kesepakatan mengenai harga dan kebendaannya, maka pelaku usaha dan konsumen wajib memenuhi kewajiban masing – masing.

Terdapat kasus - kasus transaksi jual beli *online* dengan metode pembayaran COD yang sering menjadi sorotan publik kasus tersebut melibatkan antara konsumen dengan kurir atau konsumen dengan pelaku usaha. Salah satu kasus antara konsumen dengan kurir terjadi pada Sabtu, 28 Januari 2023 konsumen yang memilih melakukan transaksi *online* dan memilih metode pembayaran COD namun kenyataannya pada saat barang sampai konsumen memaki kurir dan tidak ingin melakukan pembayaran sampai melakukan penusukan terhadap kurir

sehingga kurir segera dilarikan kerumah sakit.<sup>16</sup> Hal ini tentu saja sangat merugikan banyak pihak, bukan hanya pelaku usaha namun juga kurir serta pihak ekspedisi. Hal ini dapat dikatakan bahwa pembeli telah wanprestasi dan dapat digugat atas dasar wanprestasi yang sebagaimana telah ditetapkan pada Pasal 1243 KUHPerdara bahwa “Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan”.

Jika ditelaah lebih lanjut, penjual atau pelaku usaha sudah melakukan kewajibannya yaitu mengirimkan barang pesanan yang sudah di beli oleh pihak *customer* dan *customer* seharusnya melakukan kewajibannya untuk membayar barang yang telah dipesan tersebut. Tetapi pada kenyataannya, pihak pembeli tidak melakukan kewajiban dalam hal ini pembeli dinyatakan sebagai wanprestasi dan merugikan pihak pelaku usaha.<sup>17</sup>

Jika dilihat dari beberapa sumber berita permasalahan COD, ada beberapa pihak yang mendukung dihapusnya metode pembayaran COD ini karena dipercaya dapat mengurangi kejadian tidak membayar dan menyalahkan kurir dan jika diteliti hal ini akan sangat sulit dilakukan, mengingat bahwa di Indonesia masih besar

---

<sup>16</sup> *Suara.com*, “Konsumen tak mau bayar, kurir paket COD malah ditusuk, Netizen: hapus saja sistem ini,” <https://metro.suara.com/read/2023/01/30/065735/konsumen-tak-mau-bayar-kurir-paket-cod-malah-ditusuk-netizen-hapus-saja-sistem-ini>, diakses pada 23 Juli 2023.

<sup>17</sup> Hukumonline, “Pengertian wanprestasi, akibat, dan cara menyelesaikannya,” <https://www.hukumonline.com/berita/a/unsur-dan-cara-menyelesaikan-wanprestasi-1t62174878376c7/>, diakses pada 23 Juli 2023.



persentase masyarakat yang bayar menggunakan uang tunai dari pada *e-wallet* ataupun transaksi elektronik lainnya.<sup>18</sup>



Gambar 1. 2 Data Statistik eCommerce 2022 Metode Pembayaran Yang Paling Sering Digunakan

Sumber : Badan Pusat Statistik 2022

Berdasarkan laporan statistik *e-commerce* 2022 yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), metode pembayaran *cash on delivery* merupakan metode yang paling banyak digunakan yaitu sebesar 83,11%, adapun alasan masyarakat pada umumnya memilih pembayaran *cash on delivery*, yaitu masyarakat ingin memastikan barang yang sampai sesuai dengan pesanan atau untuk menghindari adanya penipuan. Hal tersebut diambil dari data statistik yaitu

<sup>18</sup> Adam Luthfi Kusumatriana, et. all, *Statistik ECommerce 2022*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik 2022).

sebesar 83,11 persen masyarakat memilih alasan ingin memastikan barang terlebih dahulu.<sup>19</sup>

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka Peneliti tertarik untuk menganalisis tentang perlindungan terhadap pelaku usaha khususnya dalam melakukan transaksi melalui Shopee dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY PADA JUAL BELI DI SHOPEE”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah Peneliti uraikan, untuk itu rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaturan perjanjian jual beli dalam usaha bisnis *online* dengan metode *Cash On Delivery* (COD) ?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dalam transaksi bisnis *online* pada metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk memahami pengaturan jual beli dalam usaha bisnis *online* dengan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD).

---

<sup>19</sup> *Ibid.*

2. Untuk memahami perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dalam transaksi bisnis *online* pada metode pembayaran *Cash On Delivery (COD)*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan melakukan penelitian ini, Peneliti berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

- 1.4.1 Manfaat Praktis : Adapun manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada mahasiswa UPH tentang pengembangan ilmu hukum dalam perlindungan pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* terkhusus dalam metode pembayaran *Cash On Delivery (COD)*.
- 1.4.2 Manfaat Akademis : Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan tentang jual beli di Shopee terkhusus yang menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery (COD)*.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan dalam proposal ini terbagi dalam 5 bab, yakni sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari 5 (lima) sub bab yang berisikan sub bab pertama Latar Belakang Permasalahan, sub bab kedua mengenai Rumusan Masalah, sub

bab ketiga mengenai Tujuan Penelitian, sub bab keempat mengenai Manfaat Penelitian, dan sub bab kelima mengenai Sistematika Penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini terdiri dari 2 (dua) sub bab yaitu Landasan Teori dan Landasan Konseptual. Sub bab Landasan Teori mengenai penjelasan Perjanjian Jual Beli, sub bab Landasan Konseptual menguraikan penjelasan mengenai *Cash On Delivery*, tanggung jawab konsumen, *e-commerce*.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari 5 (lima) sub bab yaitu Jenis Penelitian, Jenis Data, Cara Perolehan Data, Jenis Pendekatan, dan Analisis Data.

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

Bab ini Peneliti membahas peraturan mengenai transaksi jual beli di Shopee. Pembahasan kedua mengenai perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dalam transaksi jual beli di Shopee.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini Peneliti menguraikan kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini serta saran.