

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran teknologi yang berkembang pesat seperti salah satunya internet di era globalisasi berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan individu, masyarakat, dan dalam aspek bisnis. Pesatnya kemajuan perkembangan teknologi internet saat ini memberikan peluang bagi dunia bisnis untuk memanfaatkannya guna mendukung, meningkatkan, dan mengoptimalkan efisiensi serta produktivitas dalam berbagai aspek kegiatan bisnis.¹ Dalam perkembangan kemajuan internet, pelaku-pelaku bisnis saat ini semakin cenderung bergabung dalam beberapa situs yang mampu mengakomodasi komunitas mereka, seperti *platform* toko online yang menyediakan berbagai produk untuk dijual melalui perdagangan elektronik di internet (*E-commerce*).² Julian Ding³, memberikan definisi *E-commerce* sebagai berikut:

“E-Commerce as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and a purchaser or parties in similar contractual relationships for supply of goods, services or the acquisition of “rights”. This commercial transaction is executed or entered into in an electronic medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public network or system must be considered an open system (e.g. the internet or the World Wide Web). The transaction are concluded regardless of local boundaries or local requirements”.

¹ Alwendi. “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha”, Jurnal Manajemen Bisnis , Vol.17, No. 3 Juli 2020, hal 2

² RR Dewi Anggraeni, Acep Heri Rizal, “Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan”, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i, Vol. 6 No. 3 (2019), hal 224

³ Julian Ding, E-Commerce Law & Practice, (Malaysia: Sweet and Maxwell Asia, 1999), hal. 25

Kemampuan untuk menjual produk lebih mudah dengan layanan secara online, mengakses pasar global, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik kepada pelanggan, semuanya dapat menjadi faktor mengapa pertumbuhan dalam berbisnis di *platform E-commerce* ini diminati oleh pebisnis. Dari deskripsi UNCITRAL mengenai *E-commerce*, dapat disimpulkan bahwa dengan cakupan bisnis yang luas dalam *E-commerce*, aktivitas bisnis seperti jual beli dijamin untuk terus berkembang sejalan dengan era globalisasi saat ini. *E-commerce* merupakan suatu kegiatan bisnis yang mana dalam hal ini melibatkan beberapa pihak yaitu konsumen, manufaktur, *services providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*).⁴ *E-commerce* memberikan kemudahan bagi masyarakat, dengan adanya teknologi tersebut, kini manusia tidak perlu bertemu untuk melakukan kegiatan bisnis jual beli melainkan dapat hanya mengandalkan sistem elektronik mulai dari pemilihan barang, pembayaran, dan pengiriman yang dapat dipilih sendiri dengan metode *offline* maupun *online*.⁵

Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Septriana Tangkary menyampaikan bahwa pada tahun 2019, data Kementerian Kominfo memperlihatkan bahwa pengguna internet di Indonesia hingga kini telah mencapai 82 juta orang menempati peringkat ke-8 di seluruh dunia dan pertumbuhan nilai *E-commerce* di Indonesia mencapai 78%, hal ini menyebabkan Indonesia berada pada peringkat tertinggi di dunia sebagai

⁴ Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Setia, 2006), hal 10

⁵ Rizky Karo Karo, *Penegakan Hukum Kejahatan Dunia Maya (Cybercrime) Melalui Hukum Pidana*, (Karawaci: Fakultas Hukum UPH, 2019), hal 6

pengguna *E-commerce* terbesar.⁶ Menurut data frekuensi, penggunaan layanan *E-commerce* di Indonesia saat ini sangat tinggi, dan perkiraan menunjukkan bahwa penggunaan ini akan terus meningkat dan mungkin dapat melampaui penggunaan layanan *E-commerce* lain seperti transportasi online dan pesan-antar makanan. Berdasarkan laporan data dari responden yang disajikan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, sekitar 32% responden mengindikasikan bahwa mereka berencana untuk lebih sering menggunakan layanan *E-commerce* dalam 12 bulan ke depan, sementara hanya sekitar 18% responden yang menyatakan rencana untuk mengurangi penggunaan *E-commerce*.⁷

E-commerce saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia dalam memenuhi berbagai kebutuhan, baik yang bersifat primer maupun sekunder. *E-commerce* adalah bentuk bisnis yang berkembang pesat berkat kemajuan teknologi informasi. Keberadaannya membawa dampak positif dengan memungkinkan semua orang untuk melakukan aktivitas jual beli dengan mudah dan cepat, tanpa adanya batasan ruang, jarak, dan waktu.⁸ Indonesia telah mengalami perjalanan panjang dalam sejarah *E-commerce*. Pada tahun 1999, awal mula *E-commerce* di Indonesia dimulai dengan munculnya forum belanja KASKUS yang

⁶ Kominfo, “Kemkominfo: Pertumbuhan *E-Commerce* Indonesia Capai 78 Persen”.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media, diakses pada 31 Mei 2023

⁷ Monavia Ayu Rizaty, “Makin Banyak Pelaku Usaha Daring di Indonesia pada 2022”.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/semakin-banyak-pelaku-usaha-daring-di-indonesia-pada-2022#:~:text=Persentase%20Usaha%20E%2DCommerce%20di%20Indonesia&text=Berdasarkan%20data%20Badan%20Pusat%20Statistik,daring%20tersebar%20di%20seluruh%20provinsi,> diakses pada 31 Mei 2023

⁸ Andy Wijaya, dkk, *The Art of Digital Marketing Strategi Pemasaran Generasi Milenial*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), hal. 146-147

didirikan oleh Andrew Darwis. Secara umum, KASKUS dapat dianggap sebagai titik awal perkembangan toko online di Indonesia.

Teknologi *E-commerce* semakin populer di Indonesia, dan saat ini terdapat banyak *platform E-commerce* terkenal di Indonesia. Produk-produk yang ditawarkan dalam *E-commerce* sudah menyerupai pusat perbelanjaan yang menyediakan beragam jenis barang, termasuk fashion, kecantikan, perlengkapan rumah tangga, gadget, mainan, obat-obatan, dan lain sebagainya. Produk yang dipasarkan juga menawarkan berbagai macam pilihan, termasuk harga, merek, warna, varian produk, dan sebagainya, yang memungkinkan konsumen untuk bebas memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satu *platform E-commerce* yang cukup besar di Indonesia adalah Shopee. Berdasarkan data yang diambil oleh SimilarWeb, terdapat lima *E-commerce* paling terkenal di Indonesia dengan jumlah pengunjung terbanyak pada Kuartal I 2023, yaitu:

- 1) Shopee;
- 2) Tokopedia;
- 3) Lazada;
- 4) Blibli;
- 5) Bukalapak.

Berdasarkan data situs Shopee selama periode Januari-Maret tahun 2023, Shopee meraih rata-rata kunjungan per bulan sebesar 157,9 juta kunjungan. Angka tersebut sangat jauh melampaui para pesaingnya seperti Tokopedia yang berada

pada peringkat kedua meraih rata-rata kunjungan per bulan sebesar 117 juta kunjungan.⁹

E-commerce Shopee yang menduduki peringkat pertama pada survei tersebut, merupakan aplikasi yang menyediakan cara berjualan dan berbelanja dengan lebih mudah dan praktis untuk berbagai jenis produk. Shopee didirikan oleh Chris Feng pada tahun 2015 di beberapa wilayah di Asia Tenggara dan kini mampu mendominasi aplikasi belanja online di negara Asia Tenggara salah satunya Indonesia. Chris Feng mendirikan Shopee dengan tujuan untuk menyediakan *platform* yang bisa digunakan baik oleh *seller* maupun pembeli dari berbagai belahan Asia Tenggara, demi tercapainya dunia yang lebih baik melalui kekuatan transformatif Teknologi.¹⁰ Shopee, yang saat ini menduduki posisi pertama sebagai *E-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, telah berhasil meraih popularitas tersebut karena menyediakan beragam tawaran dan fitur menarik yang memikat perhatian baik *seller* maupun pembeli, seperti contohnya promo dan diskon yang sangat diminati oleh para pembeli.

Shopee yang sering menawarkan berbagai promo, dianggap memberikan banyak manfaat bagi para penggunanya, termasuk promo Gratis Ongkir dan Voucher, Serba Seribu, Murah Lebay, Shopee Pilih Lokal, Flash Sale, Promo Bank, dan lain-lain. Promo yang disediakan oleh Shopee menjadi salah satu alasan utama

⁹ Adi Ahdiat, “5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023”.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023#:~:text=Berdasarkan%20data%20SimilarWeb%2C%20Shopee%20merupakan,Indonesia%20pada%20kuartal%20I%202023>, diakses pada 1 Juni 2023

¹⁰ Gramedia blog, “Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya”.
<https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-Shopee/>, diakses pada 1 Juni 2023

mengapa *E-commerce* Shopee menduduki posisi pertama. Promo-promo yang tak ada habisnya ini sulit ditemukan di *E-commerce* lainnya, sehingga dapat memikat hati para pengguna di Indonesia.¹¹ Selain menyediakan promo-promo yang menarik dan menguntungkan, Shopee juga menawarkan berbagai fitur yang menarik, seperti kategori belanja *official shop*. Beberapa kategori *official shop* belanja meliputi *Shopee Mall*, *Shopee Supermarket*, *In Fashion*, *Shopee Moms Club*, *Dikelola Shopee*, dan *Shopee Barokah*. Shopee juga menawarkan jasa pelayanan yang terdiri dari *Shopeexpress*, *Shopeefood*, dan Pulsa, Tagihan & Tiket. Metode pembayaran yang dapat digunakan dalam transaksi melalui *E-commerce* Shopee juga beragam, antara lain *ShopeePay*, *SeaBank Bayar Instan*, *Spaylater*, *Transfer Bank*, *Kartu Kredit atau Debit*, *Cicilan Kartu Kredit*, *BRI Direct Debit*, *BCA Oneklik*, *Bayar Tunai di Mitra atau Agen*, dan *Cash On Delivery (COD)*. Metode pembayaran COD atau pembayaran tunai di tempat merupakan metode pembayaran yang cukup sering digunakan oleh pembeli.

Metode COD ini memungkinkan pembeli untuk membayar secara langsung di tempat setelah kurir Shopee mengantarkan pesanan kepada mereka. Hal yang membuat metode pembayaran COD di Shopee menonjol adalah bahwa tidak ada pembelian minimal yang diperlukan, dengan batasan pembelian sebesar Rp 5.000.000,00 per pesanan. Hal ini tentu sangat menarik bagi pembeli karena pembeli dapat berbelanja sesuai kebutuhan tanpa terikat oleh batasan pembelian minimum. Penting untuk dicatat bahwa untuk metode pembayaran COD, Shopee

¹¹Ginee, "Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air".
<https://ginee.com/id/insights/sejarah-Shopee-indonesia/>, diakses pada 1 Juni 2023

tidak mengenakan biaya penanganan apa pun kepada *seller* Biaya penanganan yang diterapkan kepada pengguna Shopee adalah sebagai berikut:¹²

1. Untuk tiga pesanan pertama yang menggunakan metode pembayaran *Cash on Delivery (COD)*, pengguna tidak dikenakan biaya penanganan (0%).
2. Mulai dari pesanan keempat dengan metode *COD*, akan dikenakan biaya penanganan sebesar 4%.
3. Pengguna Shopee yang teridentifikasi sebagai *dropshipper*, baik melalui aktivasi fitur *dropship* maupun karena melakukan transaksi *COD* ke lebih dari tiga alamat berbeda, akan dikenakan biaya penanganan sebesar 10%.
4. Penjual yang menurut sistem Shopee memiliki jumlah pesanan *dropship* yang melebihi pesanan reguler, seluruh pesannya akan dikenakan biaya penanganan sebesar 10%.
5. Pengguna yang teridentifikasi melakukan pembayaran melalui *browser* di komputer atau ponsel akan dikenakan biaya penanganan sebesar 10%.

Shopee memberikan catatan-catatan untuk pengguna yang akan melakukan sistem pembayaran COD yaitu pembayaran di tempat secara tunai ke kurir dilakukan oleh pembeli sebelum membuka paket. Pembeli yang tercatat telah membatalkan pesanan sebanyak dua kali dalam kurun waktu 60 hari kalender, akan dikenai sanksi berupa penonaktifan metode pembayaran COD oleh sistem. Metode COD tersebut dapat diaktifkan kembali secara otomatis oleh sistem setelah

¹²Shopee, "Apa itu Metode Pembayaran COD (Bayar di Tempat)". <https://seller.Shopee.co.id/edu/article/3360>, diakses pada 1 Juni 2023

melewati 60 hari kalender sejak tanggal penonaktifan. Berbeda dengan *E-commerce* lain Shopee menawarkan program COD Cek Dulu dalam metode pembayaran COD untuk pengembalian barang di tempat khusus jasa kirim Shopee Xpress Hemat, Shopee Xpress Sameday, dan Shopee Xpress Standar.

Dalam metode pembayaran COD di Shopee, tidak jarang terjadi masalah yang dapat merugikan *seller*. Beberapa contoh masalah yang sering muncul meliputi pembeli yang menolak untuk membayar pesanan, sehingga kurir harus mengembalikan barang ke *seller*. Selain itu, terkadang pembeli tidak ada di rumah saat barang diantar oleh kurir. Terdapat juga situasi di mana pesanan dianggap fiktif atau tidak ada niat serius untuk membeli dan membayar pesanan. Masalah-masalah semacam ini dapat menimbulkan kerugian bagi *seller* dalam proses pembayaran COD. Jika situasi-situasi seperti ini terjadi, di mana pembeli tidak membayar pesanan dan pesanan dikembalikan ke *seller* dengan alasan tertentu, aturan COD Shopee menyatakan bahwa pesanan yang gagal dikirimkan ke pembeli akan segera dikembalikan ke *seller*. Shopee memberikan bentuk perlindungan kepada *seller* dengan cara menonaktifkan metode pembayaran COD pada *platform* Shopee bagi pembeli yang telah membatalkan pesanan sebanyak 2 kali dalam rentang 60 hari kalender setelah penolakan pesanan kedua.

Bentuk perlindungan memang sudah ada, namun penting untuk diingat bahwa kerugian fisik yang mungkin dialami oleh *seller* tidak sepenuhnya tertutupi. *Seller* sering perlu melakukan pengemasan yang cermat dengan menggunakan bahan seperti bubble wrap, kotak kardus, bahkan kemasan kayu. Ketika pesanan dikembalikan, *seller* mungkin harus merusak kemasan ini, yang pada akhirnya bisa

menjadi kerugian ekonomi dan operasional bagi mereka. Dalam hal ini, perlindungan yang diberikan oleh Shopee adalah langkah awal dalam mengatasi masalah ini, tetapi mungkin tidak sepenuhnya menggantikan kerugian fisik yang mungkin terjadi.. Hingga saat ini, Shopee belum mengatur secara tegas mengenai kerugian yang mungkin dialami oleh *seller* dalam metode pembayaran COD. Hal ini membuka peluang bagi pembeli yang hanya iseng atau memiliki niat buruk untuk menyalahgunakan sistem ini. Shopee saat ini lebih cenderung memberikan sanksi kepada pembeli, namun dalam beberapa kasus, sanksi ini mungkin tidak memiliki dampak yang signifikan pada pembeli, sementara *seller* dalam situasi ini menjadi pihak yang sangat dirugikan secara finansial dan operasional.

Para *seller* di aplikasi belanja online Shopee dianggap sebagai pelaku usaha. Dalam kerangka Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha seperti ini memiliki hak-hak tertentu, dan mereka juga dilindungi oleh UUPK dalam hal kewajiban mereka terhadap konsumen, hak-hak yang mereka miliki, dan larangan-larangan yang berlaku untuk pelaku usaha. Hak-hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 UUPK yang menyatakan bahwa hak pelaku usaha adalah:

- 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 beriktikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- 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.

Dalam UUPK, dijelaskan bahwa jika konsumen melakukan wanprestasi, pelaku usaha juga memiliki hak-haknya sesuai dengan Pasal 6 UUPK. Berdasarkan Huruf b Pasal 6 UUPK, pelaku usaha berhak mendapatkan perlindungan hukum atas perilaku konsumen yang dilakukan dengan iktikad buruk. Dilihat dalam konteks COD yang disediakan oleh Shopee, ada tantangan tersendiri terkait dengan keamanan dan kepastian hukum bagi pelaku usaha (*seller*). Terutama ketika pesanan tersebut merupakan produk yang dibuat khusus berdasarkan pesanan yang masuk, situasi di mana pembeli melakukan pemesanan fiktif dengan niat buruk untuk tidak membayar pesanan dapat sangat merugikan bagi pelaku usaha. Mungkin ada langkah-langkah tambahan yang dapat dilakukan untuk melindungi pelaku usaha dalam situasi-situasi seperti ini. Dalam situasi yang rumit seperti pesanan custom, akan sangat bergantung pada kebijakan Shopee yang berlaku dan bagaimana Shopee dapat memfasilitasi resolusi dalam kasus-kasus perselisihan antara pembeli dan *seller*. Demi menjaga keamanan dan kepastian hukum pelaku usaha, sangat penting untuk memahami dengan cermat semua ketentuan dan kebijakan yang diberlakukan oleh Shopee dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk melindungi bisnis mereka. Selain itu, *seller* juga dapat

menghubungi tim dukungan pelanggan Shopee untuk mendapatkan panduan dan solusi dalam kasus-kasus khusus seperti ini.

Contoh permasalahan yang dihadapi terkait dengan penggunaan metode COD dalam bisnis online adalah Alexander Martinus yang mengeluh mengenai kebijakan shopee dan pembeli yang memiliki iktikad buruk dalam jual beli online dengan metode COD. Alexander Martinus yang telah berjualan di marketplace shopee selama 6 tahun ini menyampaikan keluh kesah terkait peraturan-peraturan dari Shopee, terutama di mana setiap pembeli bisa langsung mengembalikan barang yang mereka beli tanpa harus mengajukan bukti terlebih dahulu. Terdapat beberapa jenis pengembalian barang di Shopee, salah satunya adalah pengembalian dengan alasan “Berubah Pikiran” yang diimplementasikan pada awal tahun 2024, serta alasan lain seperti produk yang tidak sesuai dengan deskripsi.

Pada awalnya, pengembalian dengan alasan “Berubah Pikiran” ini diproses secara otomatis oleh sistem Shopee dan langsung disetujui. Pembeli pun diberi alamat penjual dan tinggal mengirimkan barang kembali melalui jasa pengiriman J&T Express atau SPX Express. Biaya pengiriman yang timbul baik pengiriman dari *seller* ke pembeli maupun pengembalian dari pembeli ke *seller* ditanggung sepenuhnya oleh *seller*, meskipun barang tersebut sudah dipakai oleh pembeli. Misalnya, apabila baju sudah digunakan kemudian dikembalikan, penjual tetap harus menanggung seluruh biaya pengiriman tersebut,

Setelah adanya protes dan keluhan yang disampaikan melalui media konsumen, biaya pengiriman ini akhirnya ditanggihkan pada sekitar April 2024.

Dengan demikian, saat ini pengembalian barang dengan alasan “Berubah Pikiran” sudah bebas biaya pengiriman. Namun, meskipun barang sudah dipakai dan dalam kondisi tidak lengkap, seperti misalnya plastik lembaran yang sudah digunakan dan diisi berbagai macam, pembeli tetap bisa mengembalikannya dan pihak pembeli akan selalu menang dalam proses klaim tersebut. Penjual pun harus menerima produk yang tidak lengkap atau bekas tanpa adanya tanggung jawab dari pihak Shopee.

Metode pengembalian lain yang tersedia adalah pengembalian dengan alasan “Barang Tidak Sesuai dengan Deskripsi/Foto”. Sebelumnya, penjual masih bisa menyanggah komplain tersebut dengan melampirkan bukti-bukti yang relevan, dan prosesnya biasanya akan dimediasi oleh Shopee. Peluang penjual untuk menang memang sangat kecil jika bukti yang diberikan tidak lengkap Tahun 2024, kebijakan tersebut berubah secara drastis. Untuk komplain barang tidak sesuai deskripsi, penjual tidak lagi berhak menyanggah sebelum menerima barang kembali. Penjual hanya bisa menunggu barang dikirim balik, dan baru setelah menerima barang bisa mengajukan sanggahan. Sayangnya, sanggahan tersebut hampir tidak pernah dimenangkan oleh penjual karena kebijakan Shopee menetapkan bahwa pembeli akan mendapatkan pengembalian uang dalam waktu 1×24 jam, yang artinya, saat barang masih dalam perjalanan pengembalian, uang pembeli sudah dikembalikan. Perselisihan terjadi antara *seller* dan Shopee (melalui tim mediasi). Faktanya pihak yang memutuskan adalah Shopee sendiri, hasilnya hampir selalu berpihak pada Shopee 100%. Martinus mengatakan meskipun *seller* sudah mengirim barang dengan benar, mereka tetap sering kalah karena lawannya

adalah Shopee dan juri dalam mediasi juga Shopee. Penjual harus menanggung ongkos kirim pulang-pergi dengan alasan bahwa barang yang dikirim salah. Shopee tidak mau menanggung ongkir karena pihaknya merasa tidak rugi. Seller dalam hal ini mersasa dirinya sebagai penjual seperti dijadikan “sapi perah” oleh Shopee dan pembeli Tanggal 24 Juni 2024, Shopee meluncurkan fitur baru berbayar, di mana penjual diberi “opsi” untuk membayar Rp350 per pesanan agar jika ada pengembalian barang dengan alasan apapun, ongkos kirim tidak dibebankan kepada *seller*.¹³ Menghadapi situasi-situasi seperti ini, perlindungan hukum bagi *seller* di *platform* Shopee, terutama terkait dengan penggunaan metode pembayaran COD menjadi sangat relevan. Hal ini akan menjadi fokus utama dalam penelitian yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP SELLER SHOPEE ATAS IKTIKAD BURUK PEMBELI DENGAN METODE PEMBAYARAN DI TEMPAT”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pertanggungjawaban konsumen yang melakukan iktikad buruk dalam pemesanan barang melalui Shopee dengan metode pembayaran di tempat terhadap pelaku usaha atau *seller*?
2. Bagaimana perlindungan hukum yang harus didapatkan pelaku usaha atau *seller* dalam menghadapi iktikad buruk konsumen dalam transaksi dengan metode pembayaran di tempat?

¹³Alexander Martinus,” Pengembalian Barang di Shopee Makin Liar dan Tidak Terkendali, Penjual Diperas Habis Tanpa Solusi”, <https://mediakonsumen.com/2024/06/21/surat-pembaca/pengembalian-barang-di-shopee-makin-liar-dan-tidak-terkendali-penjual-diperas-habis-tanpa-solusi>, diakses pada 24 Juni 2025.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pertanggungjawaban konsumen yang melakukan iktikad buruk dalam pemesanan barang melalui Shopee dengan metode COD terhadap *seller*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana perlindungan hukum yang ada, prosedur yang berlaku, serta dampak dan tanggung jawab yang timbul dalam situasi di mana konsumen dengan iktikad buruk tidak membayar atau memalsukan pesanan mereka dalam konteks *E-commerce* di Shopee.
2. Menganalisis dan memecahkan masalah perlindungan hukum yang seharusnya diberikan oleh pemerintah dan shopee kepada *seller* dalam menghadapi iktikad buruk konsumen. Penelitian ini akan berkontribusi untuk meningkatkan pemahaman tentang perlindungan hukum yang diperlukan oleh *seller* Shopee dalam menghadapi tantangan yang muncul akibat perilaku iktikad buruk konsumen dalam metode transaksi COD

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan juga pengetahuan mengenai perlindungan terhadap pelaku usaha yang sering merasa dirugikan dengan pembatalan sepihak yang dilakukan pembeli dan sering terjadi di sekitar masyarakat dan juga diharapkan untuk dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu hukum, terkhusus dalam kajian hukum perlindungan konsumen.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian akan dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para praktisi hukum maupun non-hukum yang memiliki kepentingan terhadap penyelesaian masalah yang berkaitan dengan pembayaran tunai di tempat atau COD dalam aplikasi Shopee.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai tinjauan pustaka yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen yang berkaitan dengan sistem transaksi pada *E-commerce* khususnya pada Shopee

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini kan 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 hasil penelitian dan analisis rumusan masalah

pembahasan mengenai perlindungan konsumen terhadap penggunaan dan dampak dari sistem pembayaran COD dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan juga saran dari keseluruhan hasil penelitian ini, kesimpulan akan memberi konklusi dari penelitian yang telah dilakukan dan saran merupakan opsi tambahan sebagai solusi dari pembahasan yang ada di penelitian.

