

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi yang diciptakan selalu berkembang seiring dengan kebutuhan manusia untuk memudahkan hidup dari yang sebelumnya, sehingga telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia pada saat ini. Dengan kegiatan teknologi informasi yang semakin maju ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berkomunikasi, penyebaran, pencarian data, belajar mengajar, memberi pelayanan, hingga dimanfaatkan untuk transaksi bisnis.¹ Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menciptakan adanya suatu model baru dalam sistem perdagangan. Termasuk Indonesia, beberapa tahun terakhir perdagangan melalui media internet semakin marak terjadi. Bahkan jual beli tersebut dapat menggunakan media internet seperti *facebook* atau *handphone* sebagai alat pemasarannya. Dengan perdagangan lewat internet ini berkembang pula sistem bisnis virtual, seperti *virtual store* dan *virtual company* yang mana pelaku usaha mengelola bisnis dan perdagangannya lewat media internet dan tidak hanya mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata saja.

Kemunculan perdagangan lewat media internet ini membawa dampak baru yang cukup berbeda. Di bidang ekonomi, kehadiran teknologi seperti komputer dan internet ini mendorong tindakan atau usaha yang lebih efisien, sedangkan bagi dunia hukum, kemajuan ini membawa dampak pada munculnya fenomena hukum yang baru sehingga memunculkan persoalan hukum yang baru pula. Akibat

¹Abdul Halim, 2009, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Berbasis E-commerce Lintas Negara di Indonesia*, FH UII Pres, Yogyakarta, hlm. 1.

adanya fenomena yang seperti ini, yakni semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaannya, sebab dalam rangka mengejar produktifitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang menanggung akibatnya.²

Perkembangan transaksi *e-commerce* tidak terlepas dari teknologi seperti internet yang semakin maju, karena *e-commerce* berjalan melalui jaringan internet. Peningkatan pengguna internet yang begitu pesat merupakan suatu kenyataan yang menjadikan internet sebagai salah satu media paling efektif bagi pelaku usaha untuk mempromosikan dan menjual barang dan/atau jasa kepada calon konsumen dari seluruh dunia. *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non-sign* (tidak memakai tanda tangan asli). Hadirnya *e-commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara pelaku usaha kecil, menengah, dan besar dalam berebut pangsa pasar. Perlu ditekankan bahwasanya *e-commerce* adalah rangkaian set dari suatu teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang diselenggarakan secara elektronik.³

Dalam transaksi *e-commerce* terwujud transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa kertas (*paperless*) dan para pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut

²Sri Redjeki Hartono, 2000 *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas, dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 33.

³Iman Sjahputra, 2010, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, PT. ALUMNI, Bandung, hlm. 2,

dapat tidak bertemu secara langsung (*face to face*) sehingga dapat dikatakan *e-commerce* menjadi penggerak ekonomi baru dengan menggunakan teknologi yang telah maju. Selain itu, terdapat pula aspek negatif dari perkembangan ini yaitu berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *e-commerce*. Munculnya bentuk penyelewengan baik yang dilakukan oleh pelaku usaha sendiri maupun konsumen, menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam proses transaksi *e-commerce* tersebut.

Masuknya media *e-commerce* dalam dunia perdagangan/bisnis juga menimbulkan banyak perubahan, seperti kedekatan para pihak dalam bertansaksi menjadi semakin renggang karena masing-masing pihak praktis tidak saling mengenal secara langsung (pengenalan biasanya hanya melalui media komputer), ketidakjelasan mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan, terlebih apabila produk yang ditawarkan merupakan barang yang membutuhkan pengenalan secara fisik (seperti parfum, dan makanan), serta kepastian bahwa barang yang dikirim sesuai dengan barang yang diperjanjikan, padahal kita ketahui bahwa hubungan yang tercipta antara konsumen dengan pelaku usaha senantiasa dimaksudkan agar kedua belah pihak menikmati keuntungan. Lebih lanjut, permasalahan pada pelaksanaan transaksi berbasis *e-commerce* pada khususnya adalah berkaitan dengan kontrak, perlindungan konsumen, pajak, yuridikasi dan *digital signature*.⁴ Pada tahun 2008, pemerintah Indonesia telah memberlakukan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) ini diatur mengenai transaksi elektronik

⁴ Didik M. Arif dan Elistris Gultom, 2005, *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*, PT Refika Aditama, Bandung, hlm. 133.

di mana salah satunya adalah mengenai kegiatan jual beli dalam media internet ini.

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Sesuai dengan pengertian di atas, maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer ataupun handphone dapat dikategorikan sebagai suatu transaksi elektronik. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut terdapat dalam Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi : “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan” di antaranya:

1. Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara;
2. Informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan seperti nama, alamat dan deskripsi barang/jasa.

Transaksi jual beli lewat media internet, biasanya akan dimulai dengan penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu, bisa saja terjadi penawaran secara elektronik, misalnya melalui website situs di internet atau melalui *posting* di *mailing list* dan *newsgroup* atau melalui undangan para

customer melalui model *business to customer*⁵ yang dalam hal tersebut antar pelaku usaha dan konsumen hanya bisa bertransaksi melalui media internet dan tidak melakukan tatap muka langsung dalam melakukan kesepakatan.

PT Trans Retail Indonesia atau yang lebih dikenal sebagai Carrefour Indonesia, hadir pada tahun 1996 dan resmi membuka gerainya pertama kali di Cempaka Putih, Jakarta. Hingga saat ini, PT Trans Retail Indonesia telah memiliki 84 gerai yang tersebar di 28 kota / kabupaten di seluruh Indonesia dengan bermacam produk yang ditawarkan.⁶ PT Trans Retail Indonesia ini sendiri merupakan anak perusahaan dari CT Corp yang dimiliki oleh seorang pengusaha Indonesia yang bernama Chairul Tanjung. PT Trans Retail Indonesia secara resmi menyediakan layanan perdagangan online pada tanggal 2 April 2020 melalui laman web Transmart Home Delivery. Tujuan utama dari gebrakan yang dilakukan oleh PT Trans Retail Indonesia ini adalah untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan kebutuhan harian tanpa perlu keluar rumah. Transmart Home Delivery ini (selanjutnya disingkat THD) bisa diakses melalui website *thd.transretail.com* atau scan QR code yang terdapat pada seluruh sosial media resmi Transmart Carrefour seluruh Indonesia⁷, yang menyediakan ribuan produk yang dapat langsung dikirim ke alamat pelanggan. Untuk belanja di THD, pelanggan diarahkan untuk mengisi data pelanggan untuk kelancaran prosesnya. Kemudian, pelanggan hendaknya memilih gerai yang memiliki radius pengantaran barang sejauh 5 kilometer sebelum mulai berbelanja. Pada THD ini, pelanggan harus melakukan pembelian minimum Rp 250.000 dengan metode

⁵Ahmad Mujahid Ramli, 2004, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Adistama, Bandung, hlm. 97.

⁶<https://job-like.com/company/5780.amp/> diakses pada 24 Desember 2020

⁷<https://amp.kontan.co.id/news/transmart-carrefour-luncurkan-transmart-home-delivery-thd>, diakses pada 31 Agustus 2020

pembayaran dengan transfer bank atau bayar di tempat dengan kartu kredit/debit/uang tunai. Pelanggan hanya dapat memesan atau mengorder barang belanjaan pada rentang waktu pukul 09.00 s/d pukul 15.00 waktu setempat. Setelah itu, barang akan diantar pada hari yang sama saat pemesanan.

Perlindungan konsumen pada saat ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat dengan UUPK). Pada Pasal 1 ayat (1) UUPK menjelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Sementara pengertian konsumen menurut Pasal 2 ayat (2) UUPK, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan. Hukum Perlindungan Konsumen juga memiliki tujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen di Indonesia, serta untuk mengangkat harkat hidup dan martabat konsumen, yaitu dengan cara menghindarkan dari hal negatif pemakaian barang dan/atau jasa.⁸

Berdasarkan hal-hal yang disebutkan di atas, hal yang perlu dipertanyakan adalah dari mana hak-hak tersebut diperoleh, bagaimana hak-hak tersebut dapat dinikmati, dipertahankan, dan kapan adanya jaminan perlindungan terhadap konsumen Transmart Home Delivery PT Trans Retail Indonesia. Kenyataannya, *Transmart Home Delivery* sendiri banyak mendapat keluhan dari konsumennya, seperti yang diutarakan oleh Audriane Roselle, sebagai salah satu penikmat layanan *Transmart Home Delivery*, ia merasa dibohongi karena pada check out

⁸Abdul Halim, 2010, *Hak-hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, hlm. 48.

pembayaran, ia harus membayar Rp 10.000,-, tetapi saat barang sampai ke rumahnya dan ditunjukkan nota pembayaran, ia harus membayar sebesar Rp 25.000,-. Audrine juga menambahkan bahwa ia pernah memesan telur, dan saat sampai di rumah, banyak telurnya yang pecah.⁹ Grestyana Tri Wulandari juga mengalami permasalahan di saat berbelanja di *Transmart Home Delivery*, dimana barang yang telah ia pesan dan barang yang ia terima setelah check out terdapat beberapa barang yang tidak ada. Ia menjelaskan bahwa koordinasi dengan *customer service* yang kurang teliti.¹⁰ Transmart Home Delivery juga diprotes oleh pelanggannya dengan alasan harga yang tertera pada aplikasi adalah harga promo tetapi yang tertera pada nota yang harus dibayarkan adalah harga normal, seperti yang dikeluhkan oleh Nanik Latifah Abdullah. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa gratis ongkos kirim seperti yang diiklankan di televisi ternyata tidak ada, tetapi diganti dengan program diskon yang untuk mendapatkan diskon tersebut memiliki proses yang rumit pula.¹¹ Dari beberapa keluhan pelanggan mengenai *Transmart Home Delivery* ini, hampir keseluruhan dari pelanggan tersebut tidak melakukan upaya hukum untuk menuntut hak-hak mereka untuk dipenuhi kembali dan akhirnya hanya memperoleh kerugian semata.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perlindungan hak konsumen yang ada pada *Transmart Home Delivery* yang dilaksanakan oleh PT Trans Retail Padang, penyusun melakukan penelitian dan pembahasan dalam penulisan skripsi yang

⁹ Ulasan terhadap *Transmart Home Delivery*, diakses dari Playstore *Transmart Home Delivery* pada 25 Desember 2020

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

berjudul “**Perlindungan Hukum terhadap Konsumen *Trasnmart Home Delivery PT Trans Retail Indonesia***”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan untuk dikaji, yaitu:

1. Bagaimana keabsahan perjanjian dalam transaksi elektronik *Trasnmart Home Delivery PT Trans Retail Indonesia*?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen *Trasnmart Home Delivery PT Trans Retail Indonesia*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis keabsahan perjanjian dalam transaksi elektronik *Trasnmart Home Delivery PT Trans Retail Indonesia*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen *Trasnmart Home Delivery PT Trans Retail Indonesia*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penulisan skripsi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran yang lebih dan memperkaya khazanah intelektual dalam memahami konsep perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* menurut hukum positif.

2. Manfaat praktis

- a. Hasil karya tulis ilmiah ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, masyarakat, serta pemerintah mengenai

perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi elektronik khususnya dalam *Transmart Home Delivery*.

- b. Penulisan karya tulis ilmiah ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi praktisi hukum terkait perlindungan hukum yang dapat diberikan terhadap konsumen suatu transaksi elektronik.
- c. Memberikan pemahaman, pengetahuan dan wawasan yang mendalam untuk dijadikan acuan dasar dalam hal perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi elektronik.

E. Metode Penelitian

Metode secara etimologi diartikan sebagai jalan atau cara melakukan atau mengerjakan sesuatu. Sedangkan menurut istilah metode merupakan titik awal menuju proposisi-proposisi akhir dalam bidang pengetahuan tertentu.¹² Metode penelitian juga disebut sebagai seperangkat pengetahuan mengenai sistematis dan logis dalam mencari data yang berkaitan dengan suatu masalah tertentu yang kemudian diolah, dianalisis, diambil kesimpulan serta diberikan pemecahannya. Jadi metode penelitian adalah jalan atau cara yang ditempuh oleh peneliti untuk melakukan suatu penelitian dan menemukan pemecahan masalahnya secara sistematis.

1. Metode Pendekatan

Dalam penelitian ini, metode pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan yuridis empiris, yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang dilakukan dengan cara memadukan

¹² Bahder Johan Nasution, 2008, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, CV Manda Maju, Bandung, hlm. 13

bahan-bahan hukum yang merupakan data sekunder dengan data primer yang didapat di lapangan..¹³

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang penyusun gunakan adalah penelitian deskriptif. Yaitu penyelesaian masalah dengan cara mendeskripsikan masalah melalui pengumpulan data, penyusunan, kemudian menjelaskan penerapan perlindungan hukum bagi pelanggan jual beli online yang diterapkan oleh PT Trans Retail Indonesia lewat *Transmart Home Delivery*.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan atau himpunan objek dengan ciri yang sama. Populasi dapat berupa himpunan orang, benda (hidup atau mati), kejadian atau kasus-kasus atau tempat dengan ciri yang sama. Dalam hal ini adalah seluruh ulasan yang masuk di *Google Playstore* yaitu sebanyak 402 ulasan perbulan Juni 2021, yang mana tiga puluh tiga (33) di antaranya memberikan ulasan negatif (bintang satu).

b. Sampel

Sampel merupakan himpunan atau sebagian dari populasi. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability* yaitu pengambilan subjek berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sampel yaitu 10% dari ulasan terhadap *Transmart Home Delivery* dengan penilaian bintang satu sebanyak tiga puluh tiga (33) ulasan (sebanyak 3 orang) .

¹³ Zainuddin Ali, 2010, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 105

4. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

a. Bahan hukum primer, merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas,¹⁴ dimana bahan hukum tersebut mengikat atau membuat orang patuh terhadap hukum seperti peraturan perundang-undangan dan putusan hakim. Bahan hukum primer terdiri dari:

- a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- b) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- c) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- e) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.¹⁵ Bahan hukum sekunder dapat membantu dan menganalisa serta memahami bahan hukum primer, seperti:

- a) Buku-buku;
- b) Jurnal penelitian; dan

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 181

¹⁵ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, hlm 114

- c) Teori-teori karya tulis dari kalangan hukum lain.
- c. Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.

2) Sumber Data

a. Penelitian Lapangan atau *Field Research*

Penelitian lapangan adalah sumber yang diperoleh langsung dari lapangan, dalam hal ini yaitu dari ulasan konsumen terhadap *Transmart Home Delivery* yang dapat dilihat dari *Playstore* ponsel.

b. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan adalah sumber data yang diperoleh untuk penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari literatur yang sudah ada, seperti peraturan perundang-undangan dan buku-buku terkait dengan objek penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, dalam hal ini seluruh ulasan konsumen terhadap *Transmart Home Delivery* yang dapat dilihat pada *Playstore* ponsel dikumpulkan untuk kemudian dikaji.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara lisan guna memperoleh informasi yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti di lapangan. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara

terstruktur dan sistematis, yang mana pewawancara bertanya kepada narasumber. Adapun responde dalam penelitian ini adalah salah satu *Operational Manager* PT Trans Retail Indonesia dan para pihak terkait lainnya.

c. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan bahan-bahan penelitian kepustakaan maupun penelitian lapangan melalui dokumen yang telah ada dan juga melalui data tertulis. Studi dokumen berasal dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Teknik ini dipakai untuk mengumpulkan dan mempelajari bahan-bahan kepustakaan dan penelitian lapangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, serta peraturan perundang-undangan yang sesuai dengan materi atau objek penelitian.

6. Pengolahan dan Analisis Data

a. Pengolahan Data

Data yang telah diperoleh dilakukan *editing*, yaitu proses penelitian kembali terhadap berkas-berkas dan informasi yang dikumpulkan oleh pencari data dimana diharapkan akan meningkatkan mutu kehandalan (*reability*) data yang hendak dianalisis. *Editing* juga bertujuan untuk memperoleh kepastian bahwa data yang diolah akurat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

b. Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu

menjabarkan dan menggambarkan data yang diperoleh dengan tidak menggunakan angka-angka, tetapi dianalisis dengan menggunakan peraturan perundang-undangan, pendapat para pakar, dan pengetahuan penulis.

