

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Permasalahan

Saat ini, kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) memiliki dampak yang luas terhadap penggunaan teknologi informasi. Perubahan ini berhasil mengubah cara masyarakat berinteraksi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Internet, sebagai salah satu hasil dari kemajuan ini, memberikan kontribusi signifikan dalam mengubah pola interaksi masyarakat, perusahaan dan pemerintah.

Pada era modern, dunia mengalami transformasi digital yang signifikan, membawa konsep baru dalam perdagangan yang kini sering disebut dengan “jual beli *online*”. Fenomena ini muncul berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet. Internet menjadi media utama yang memungkinkan transaksi bisnis terjadi tanpa batasan geografis. Internet tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai *platform* untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbisnis.

Sebelum memasuki era modern seperti saat ini, masyarakat melakukan jual beli secara konvensional. Pada sistem konvensional, penjual dan pembeli bertemu di satu tempat dan menyerahkan barang-barang mereka dengan imbalan uang, kertas, emas, atau barter.<sup>1</sup> Barang yang dibeli bisa dilihat langsung ditempat, sehingga jika ada kerusakan atau tidak sesuai dengan yang diinginkan, pembeli dapat segera menyampaikan keluhan dan menuntut pertanggungjawaban.

Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, ketika internet diakui sebagai media yang memudahkan, canggih, cepat dan

---

<sup>1</sup> Tami Rusli, 2012, *Hukum Perjanjian yang Berkembang di Indonesia*, Anugrah Utama Raharja (Aura) Printing & Publishing, Bandar Lampung, hlm. 3.

ekonomis, perdagangan barang tidak lagi terbatas pada sistem konvensional. Sekarang, perdagangan dilakukan melalui metode baru, yaitu *online*. Dalam sistem ini, penjual tidak perlu bertemu langsung dengan pembeli di satu tempat. Sebaliknya, barang dagangannya dipasarkan melalui iklan yang dipajang di situs *web* atau *platform* khusus sebagai tempat berjualan.

Penjualan barang secara *online* memiliki perbedaan dengan transaksi yang terjadi dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*), meskipun keduanya melibatkan jual-beli melalui internet. *Electronic commerce*, juga dikenal sebagai *e-commerce*, adalah aktivitas bisnis yang menghubungkan konsumen, manufaktur, penyedia layanan, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan komputer, yaitu internet.<sup>2</sup>

Transaksi *e-commerce* adalah sebuah konsep baru yang muncul berkat kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi. Konsep ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam hal waktu, harga, dan tempat dalam proses transaksi. Tujuannya adalah memperbaiki cara tradisional atau konvensional dalam berbisnis, dengan tujuan mengembangkan jenis transaksi jual beli baru yang dicirikan oleh layanan yang cepat, mudah, dan praktis.

Dengan demikian, bisa diidentifikasi perbedaan antara jual-beli secara *online* yang dilakukan oleh individu melalui berbagai *platform* media sosial yang terkoneksi dengan internet yang dilakukan oleh individu melalui perusahaan *startup*. Dalam transaksi *e-commerce*, selalu ada peran pihak ketiga, yakni perusahaan, penjual dan konsumen atau pembeli.

Keuntungan bagi pedagang pada transaksi *online/e-commerce* antara lain:

1. Pendapatan dapat diperoleh dengan mudah melalui transaksi *online*.

---

<sup>2</sup> Abdul Halim Barkatullah, 2017, *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia*, Nusamedia, Yogyakarta, hlm. 11.

2. Biaya operasional dapat ditekan lebih rendah dalam bisnis *e-commerce*.
3. Dapat memperpendek *product cycle & management supplier*.
4. Dengan berbisnis *online*, pasar yang dapat dijangkau lebih luas hingga ke tingkat global
5. Keuntungan dari beroperasinya toko *online* tanpa batasan waktu

Namun, keuntungan bagi pembeli meliputi:

1. Pembeli dapat berbelanja dengan nyaman dari rumah masing-masing.
2. Berbelanja *online* memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam pengalaman berbelanja
3. Ada banyak pilihan produk jasa yang dapat dibandingkan oleh konsumen.
4. Pembeli dapat berbelanja kapan saja, tidak terbatas oleh jam operasional toko fisik.
5. Calon konsumen dapat dengan mudah menemukan barang atau jasa yang sulit ditemukan disekitar mereka.

Secara garis besar, keuntungan dari transaksi *e-commerce* bisa dilihat dari beberapa aspek, Pertama, transaksi melalui *e-commerce* menghasilkan efisiensi waktu dibandingkan dengan metode transaksi konvensional. Kedua, memberikan akses mudah untuk mendapatkan informasi tentang produk yang dijual. Terakhir, kepuasan konsumen yang meningkat dari pembelian *online* dapat meningkatkan penjualan dan efektivitas bisnis yang dijalankan.<sup>3</sup>

Dalam transaksi *e-commerce*, terdapat beberapa jenis metode pembayaran yang dapat dipilih oleh pembeli, diantaranya sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Pramono Nindy, 2016, *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-commerce dan EBussines: Bagaimana solusi hukumnya*, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum, Vol. 8, No. 16, Juni 2016, available from: <https://journal.uii.ac.id/IUSTUM/article/view/4829>, diakses pada tanggal 10 Oktober 2023.

a. *Cash On Delivery* (COD)

Merupakan metode pembayaran di mana pembeli membayar jumlah yang tertera pada faktur atau tanda terima ketika barang yang dipesan tiba di lokasi pengiriman. Dalam sistem *Cash On Delivery* (COD) pembayaran dilakukan secara tunai kepada kurir atau pengantar barang pada saat pengiriman. Metode ini memberikan kepercayaan kepada pembeli karena mereka hanya membayar setelah menerima barang atau jasa yang dipesan.

b. Transfer Bank

Selain menggunakan metode pembayaran tunai saat barang diterima (COD), perusahaan dapat memanfaatkan metode pembayaran melalui transfer. Transfer ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk menggunakan mesin ATM, layanan mobile banking atau internet banking.

c. Kartu Kredit

Pembayaran melalui metode kartu kredit yang tersedia, dan umumnya, konsumen perlu mengisi beberapa informasi khusus yang telah disediakan.

d. *E-wallet*

Metode pembayaran menggunakan *e-wallet* juga cukup populer di Indonesia. Metode pembayaran tersebut digunakan untuk menyimpan dana secara digital, yang kemudian dapat digunakan untuk melakukan transaksi *online*, seperti menggunakan layanan *Go-Pay*, *OVO* atau *T-Cash*.<sup>4</sup>

Setiap jenis metode pembayaran memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Banyak orang cenderung memilih metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) karena dianggap mengurangi resiko

---

<sup>4</sup> Annisa Nur, M. Iqbal, 2022, *Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, Vol. 15, No. 01, Februari 2022, available from: <https://jbbe.lppmbinabangsa.id/indexPhp/jbbe/article/download/127/97>, diakses pada tanggal 10 Oktober 2023.

penipuan *online*, dimana pembeli membayar sebelum menerima barang. Dengan *Cash On Delivery* (COD), pembeli hanya membayar setelah barang diterima. Kelebihan dari sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dimana pembeli dapat melihat barang yang mereka beli secara terperinci. Pemanfaatan fitur *Cash On Delivery* (COD) tidak selalu memberikan keuntungan kepada semua pengguna, terutama bagi pembeli yang seringkali menghadapi berbagai masalah, salah satunya adalah terkait ketidaksesuaian barang saat datang yang mengharuskan pembeli mengembalikan kembali pesannya kepada penjual, hal tersebut tentu merugikan pembeli dimana ia harus membayar ongkos kirim terhadap barang yang dikembalikan. Contoh lain terhadap barang yang datang tanpa dipesan pembeli dan pembeli harus membayar biaya *Cash On Delivery* padahal pembeli tidak merasa memesan barang tersebut.<sup>5</sup>

Kemajuan pesat dalam teknologi menciptakan persaingan sengit dalam dunia bisnis yang tidak bisa dihindari. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki pemahaman yang mendalam mengenai langkah-langkah yang diperlukan untuk tetap relevan dan bersaing dengan perusahaan sejenis. Salah satu tindakan yang dapat diambil adalah dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam operasional bisnisnya. Saat ini, teknologi bukan lagi sesuatu yang mewah, melainkan telah menjadi kebutuhan pokok dalam masyarakat.

Dalam era digital yang terus berkembang, perdagangan elektronik atau *e-commerce* telah menjadi pilar utama ekonomi global, termasuk di Indonesia. Di Indonesia, pertumbuhan pesat *e-commerce* tidak hanya menciptakan peluang bisnis baru, tetapi juga mengubah cara orang berbelanja secara drastis. Dengan akses mudah melalui ponsel pintar dan komputer, konsumen kini dapat menjelajahi berbagai produk dari

---

<sup>5</sup> Indraini, 2022, “Aneh! Orang Ramai-ramai Dapat Paket COD, Padahal Tak Pesan”, *Serial Online DetikFinance*, available from: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5934171/aneh-orang-ramai-ramai-dapat-paket-cod-padahal-tak-pesan>, diakses pada tanggal 28 November 2023.

kenyamanan rumah mereka sendiri. Pengusaha lokal dan perusahaan besar sama-sama memanfaatkan *platform e-commerce* untuk memasarkan produk mereka, menciptakan lapangan pekerjaan baru, dan merangsang inovasi di berbagai sektor ekonomi.

Fenomena ini tidak hanya memengaruhi cara konsumen berbelanja, tetapi juga mengubah lanskap bisnis global. Berbagai jenis bisnis, mulai dari perusahaan besar hingga usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), telah melirik *e-commerce* sebagai *platform* yang potensial untuk memasarkan produk dan mencapai pelanggan baru. Dalam *e-commerce*, transaksi jual-beli tidak hanya terbatas pada produk fisik, tetapi juga melibatkan produk digital, layanan, dan berbagai bentuk konten lainnya.

Pada nyatanya, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam transaksi jual beli *online* sebanding dengan model kontrak jual beli konvensional di Indonesia, baik yang didasarkan pada sistem hukum adat maupun Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP).<sup>6</sup> Oleh karena itu, meskipun jual beli *online/e-commerce* berlangsung tanpa pertemuan langsung, tetapi aspek legalitas dan prinsip-prinsip hukum yang ada dalam kontrak konvensional tetap berlaku dalam konteks transaksi *e-commerce* di Indonesia.

Dalam praktiknya, perjanjian jual beli melalui transaksi *e-commerce* seringkali menimbulkan masalah yang berpotensi merugikan para pembeli dan menghadirkan tantangan hukum.<sup>7</sup> Risiko umum yang kerap muncul ketika melakukan pembelian melalui internet adalah kemungkinan mendapatkan produk dengan kualitas yang tidak sesuai atau bahkan produk yang palsu. Selain itu, terkait dengan keterlambatan pengiriman karena berbagai alasan seperti masalah logistic, cuaca buruk atau tingginya pesanan mengakibatkan ketidaknyamanan bagi pembeli yang menantikan

---

<sup>6</sup> Abdul Halim Barkatullah, 2017, *Hukum Transaksi Elektronik*, Nusa Media, Bandung, hlm. 41.

<sup>7</sup> Abdul H Barkatullah, 2009, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Ecommerce*. Thesis Pascasarjana FH UII Yogyakarta, hlm.7.

barangnya. Situasi tersebut dapat dianggap sebagai wanprestasi, yaitu ketika salah satu pihak dalam perjanjian tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati dalam kontrak mereka.<sup>8</sup> Menurut Subekti, wanprestasi diartikan sebagai kelalaian atau kesalahan yang bisa terdiri dari 4 (empat) jenis, yaitu:

- “ 1. Tidak memenuhi kesepakatan atau tidak melakukan apa yang telah dijanjikan.
2. Menjalankan kewajiban yang dijanjikan, namun tidak sesuai dengan persetujuan awal
3. Menjalankan kewajiban yang dijanjikan, tetapi terlambat dalam melakukannya.
4. Melakukan tindakan yang seharusnya tidak diizinkan menurut kesepakatan yang telah dibuat.<sup>9</sup> ”

Untuk menjaga agar kegiatan perdagangan berlangsung sesuai dengan nilai etika dan norma, diperlukan mekanisme yang dapat melindungi hak-hak para pihak. Ketersediaan internet yang bebas dan mudah diakses menimbulkan potensi ketidakcocokan antara lingkungan virtual dan dunia nyata. Oleh karena itu, keberadaan perlindungan hukum bagi konsumen menjadi sangat penting untuk mengurangi kemungkinan ketidakpuasan dan kerugian yang dapat timbul.<sup>10</sup> Ketika pelaku usaha bebas berdagang secara daring dan mengejar produktivitas, mereka seringkali kurang memperhatikan hak-hak konsumen sebagai penerima barang. Akibatnya, konsumen yang paling banyak menanggung beban, karena mereka menaruh kepercayaan yang besar pada penjual dalam transaksi jual beli.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Arilian Perdana, Dahlan, dkk. 2014, *Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik*, Jurnal Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Syiah Kuala. Vol. 2, No. 1, Februari 2014, available from: <https://jurnal.usk.ac.id/MIH/article/view/4576>, diakses pada tanggal 15 Oktober 2023.

<sup>9</sup> R. Subekti, 1970, *Hukum Perjanjian*, Cetakan Kedua, Pembimbing Masa, Jakarta, hlm. 50.

<sup>10</sup> Edmon makarim, 2005, *Pengantar Hukum Telematika suatu Kompilasi Kajian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 91.

<sup>11</sup> Sri Redjeki Hartono, 2000, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 33.

Beberapa kerugian konsumen dalam transaksi *e-commerce* meliputi:

1. Penipuan dan kecurangan

Ada resiko penipuan *online*, di mana penjual yang tidak jujur atau penipu mencoba menjual produk palsu atau mengambil uang konsumen tanpa mengirimkan barang yang dibeli.

2. Produk palsu atau kualitas produk yang buruk

Konsumen mungkin menerima produk palsu atau berkualitas buruk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan di *web e-commerce*.

3. Pengiriman dan pengembalian barang

Ada kemungkinan barang yang dipesan mengalami kerusakan selama pengiriman atau tidak tiba sama sekali. Selain itu, proses pengembalian barang bisa sulit dan memakan waktu, terutama jika konsumen harus mengirim produk kembali ke penjual.

4. Keterlambatan pengiriman

Barang yang diharapkan tiba tepat waktu mungkin mengalami keterlambatan, yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi konsumen terutama jika mereka membutuhkan barang tersebut dengan segera.

5. Ketidakjelasan kebijakan pengembalian dan garansi

Konsumen mungkin mengalami kesulitan ketika mencoba mengajukan klaim garansi atau pengembalian produk jika kebijakan perusahaan *e-commerce* tidak transparan atau sulit dipahami.

6. Keamanan Data

Data pribadi konsumen, seperti informasi kartu kredit, alamat dan nomor telepon, dapat diretas atau dicuri oleh pihak yang tidak sah selama transaksi *e-commerce*.

Regulasi dan kebijakan yang masih lemah, bersama dengan kurangnya itikad baik dari produsen, membuka peluang ancaman serius bagi konsumen di era digital ini, terutama dengan kemajuan teknologi



informasi dan komunikasi. Ketika konsumen tidak mendapatkan perlindungan yang memadai dalam transaksi yang melibatkan praktek-praktek buruk seperti wanprestasi, penipuan, ulasan palsu, dan tindakan merugikan lainnya, hal ini menimbulkan tantangan bagi pelaku usaha, toko *online*, dan pemerintah. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk mengemban tanggung jawab dalam memberikan jaminan dan pengawasan yang efektif terhadap konsumen.

Secara garis besar, *e-commerce* merupakan metode transaksi perdagangan yang melibatkan pembelian dan penjualan barang atau jasa menggunakan teknologi elektronik. Kontrak jual beli melalui *platform* elektronik umumnya mengikuti sistem hukum yang diterapkan dalam suatu wilayah, termasuk di Indonesia. Dalam kerangka hukum jual beli, terdapat beberapa aspek penting yang harus diperhatikan, terutama mengenai hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak tersebut. Hal ini menjadi penting karena ketentuan hukum yang berlaku mendefinisikan hak dan tanggung jawab pelaku kontrak jual beli. Kesepakatan jual beli ini, yang dijelaskan ketika transaksi terjadi, menjadi bukti yang mendukung keabsahan suatu perjanjian jual beli.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah landasan hukum yang mengatur hak-hak konsumen di Indonesia. Namun, dalam konteks transaksi *e-commerce*, implementasi undang-undang ini sering kali kompleks dan memerlukan interpretasi hukum yang mendalam untuk menentukan sejauh mana perlindungan konsumen dapat diwujudkan dalam kasus konsumen yang dirugikan dalam transaksi *e-commerce* menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD).

## **Penelitian Terdahulu**

Skripsi yang ditulis oleh Ivana Behira tahun 2023 dengan judul skripsi “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Melalui *E-commerce* Atas Ketidaksesuaian Barang”. Yang membedakan antara penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya ialah dimana penelitian sebelumnya lebih mengarah terhadap bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli *e-commerce* dan hanya berfokus pada ketidaksesuaian barang yang datang dengan yang dipesan, selain itu penelitian terdahulu membahas tentang pertanggungjawaban yang diberikan pelaku usaha terhadap ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Sedangkan penelitian yang penulis lakukan lebih mengkaji Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, apakah undang-undang tersebut dapat melindungi konsumen yang mengalami kerugian dalam melakukan transaksi *e-commerce* serta mekanisme penyelesaian sengketa bagi konsumen *e-commerce* yang mengalami kerugian dalam metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD).

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam dan mengangkatnya sebagai topik skripsi dengan judul. **“ANALISIS YURIDIS TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* MELALUI METODE PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY* (COD) DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan yang menjadi ruang lingkup bahasan dalam penulisan skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dapat melindungi konsumen yang mengalami kerugian dalam melakukan transaksi *e-commerce*?
2. Bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa yang merugikan konsumen *e-commerce* dalam metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD)?

### **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian sangat berkaitan erat dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah. Ruang lingkup penelitian ini menggambarkan luasnya cakupan lingkup penelitian dan umumnya digunakan untuk mempersempit pembahasannya. Maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Menganalisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan ketentuan-ketentuan lainnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap kerugian konsumen dalam transaksi *e-commerce*.
2. Analisis terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia bagi konsumen *e-commerce* dalam transaksi menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD).

### **D. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1. Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam transaksi *e-commerce* terkait dengan kerugian yang dialami konsumen dalam menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) serta mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat digunakan konsumen jika mengalami kerugian dalam metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD).

## 2. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah untuk mendalami permasalahan hukum secara khusus yang tersirat dalam rumusan masalah. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam melindungi konsumen yang mengalami kerugian dalam melakukan transaksi *e-commerce*.
- b. Untuk mengetahui mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat digunakan konsumen saat mengalami kerugian dalam transaksi *e-commerce* menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD)

## E. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

### 1. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan konsep sebenarnya dari hasil pemikiran untuk menyusun sistematis teori- teori yang dijadikan dasar argumen sehingga mendapatkan jawaban dalam suatu persoalan. Didalam penelitian ini, digunakan beberapa teori yang relevan dengan topik yang sedang diteliti:

#### a. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi hak-hak asasi manusia yang telah dirugikan oleh orang lain. Perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat untuk memastikan bahwa mereka dapat menikmati semua hak yang telah dijamin oleh hukum.<sup>12</sup> Sedangkan menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum merupakan tindakan yang dilakukan untuk melindungi atau memberikan bantuan kepada subjek hukum dengan menggunakan sarana-sarana

---

<sup>12</sup> Satjipto Rahardjo, 2000, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 54.

hukum.<sup>13</sup> Dalam artian Teori perlindungan hukum menekankan pentingnya memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam bertransaksi di *e-commerce*.

b. Teori Alternatif Penyelesaian Sengketa

Teori Alternatif Penyelesaian Sengketa (*Alternative Dispute Resolution/ADR*) merujuk pada metode penyelesaian konflik di luar pengadilan konvensional.<sup>14</sup> Alternatif Penyelesaian Sengketa (*Alternative Dispute Resolution/ADR*) mencakup berbagai pendekatan yang dirancang untuk membantu individu atau organisasi menyelesaikan perselisihan dengan cara yang lebih cepat, efisien dan seringkali lebih terfokus pada kerjasama daripada pertempuran hukum yang terpanjang di pengadilan.

Metode Alternatif Penyelesaian Sengketa (*Alternative Dispute Resolution/ADR*) meliputi mediasi, arbitrase, negosiasi, konsiliasi dan proses penyelesaian sengketa lainnya yang tidak melibatkan *litigasi* formal di pengadilan. Pendekatan Alternatif Penyelesaian Sengketa (*Alternative Dispute Resolution/ADR*) memungkinkan para pihak yang bersengketa untuk bekerja sama secara aktif dalam menemukan solusi yang memuaskan bagi semua pihak tanpa harus melibatkan proses pengadilan yang panjang dan mahal. Keunggulan utama Alternatif Penyelesaian Sengketa (*Alternative Dispute Resolution/ADR*) termasuk kecepatan, biaya yang relatif murah dan kemampuan untuk menjaga kerahasiaan informasi.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Philipus M. Hadjon, 2011, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Universitas Gajah Mada Press, Yogyakarta, hlm. 10.

<sup>14</sup> Brown, Henry, dkk. 2018, *ADR Principles*, Oxford University Press, New York, hlm. 45.

<sup>15</sup> Johnson dan Laura, 2017, *Mediation and Arbitration in Contemporary Legal System*, Routledge, London, hlm. 112.

## 2. Kerangka Konsep

Agar lebih mudah memahami, maka penulis memberikan definisi terhadap konsep yang terdapat dalam judul skripsi ini, dimana definisi ini. Adapun konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

### a. Konsumen

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan bahwa *konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan*”.

### b. Perlindungan Konsumen

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan bahwa *perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen*”.

### c. Pelaku Usaha

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan bahwa *pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi*.”

### d. E-commerce

*E-commerce* adalah sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya

terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer kedalam satu jaringan rakseasa (*internet*).<sup>16</sup>

e. Shopee

Shopee adalah sebuah *platform e-commerce* yang berbasis di Singapura dan dimiliki oleh Sea Limited, didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Dengan adanya Shopee, transaksi jual-beli secara elektronik dapat dilakukan tanpa harus ada pertemuan langsung antara pembeli dan penjual.<sup>17</sup>

f. J&T Express (J&T)

J&T Express (J&T) adalah perusahaan penyedia layanan pengiriman paket dan logistik di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2015. Perusahaan ini terkenal karena jaringan distribusinya yang meluas di seluruh Indonesia dan reputasinya yang handal dalam menyediakan layanan pengiriman yang cepat.<sup>18</sup>

g. Cash On Delivery (COD)

Cash On Delivery (COD) adalah salah satu metode pembayaran pesanan secara tunai ketika pesanan tiba di tujuan. Dalam hal ini, pembayaran tidak langsung dilakukan kepada penjual, melainkan pembeli melakukan pembayaran kepada kurir yang mengantar pesanan tersebut.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Rintho Rante Rerung, 2018, *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, Cetakan 1, CV Budi Utama, Yogyakarta, hlm. 19.

<sup>17</sup> Dhany Yudha Pratama Widodo dan Heny Prasetyani, 2022, *Pengguna Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing*, *Jurnal of System, Information Technology and Electronics Engineering*, Vol. 2, No. 2, available from: <https://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jsite/article/download/2497/1795>, diakses pada tanggal 10 Januari 2024.

<sup>18</sup> Jet.co.id, 2024, *J&T Express Indonesia*, available from: <https://www.jet.co.id/>, diakses pada tanggal 10 Januari 2024.

<sup>19</sup> Nabil Abduh Aqil, Chelsea Mutiara, dkk. 2022, *Evaluasi Sistem Cash On Delivery Demi Meningkatkan Kepastian Hukum Dalam Perkembangan Transaksi Elektronik di Indonesia*, *IPHMI Law Journal*, Vol. 2, No. 1, available from: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/Ipmbi/article/download/55074/21210>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2023.

h. Kerugian

Kerugian adalah dampak aktual yang muncul akibat ketidakpatuhan atau wanprestasi. Besarnya kerugian diukur dengan membandingkan kondisi kekayaan setelah terjadi wanprestasi dengan kondisi yang mungkin terjadi jika tidak terjadi wanprestasi<sup>20</sup>.

i. Jual-Beli

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) menyebutkan bahwa “*Jual Beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.*”

j. Barang

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan “*barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen*”.

k. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (9) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kedudukan YLKI ialah sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).”

---

<sup>20</sup> R. Setiawan, 1977, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Binacipta, Bandung, hlm. 17.



1. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (11) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan bahwa “*Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antar pelaku usaha dan konsumen.*”

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian meliputi kegiatan mencari, merumuskan, menganalisis serta menyusun penelitian berdasarkan fakta maupun gejala ilmiah. Penelitian ini membutuhkan metodologi yang tepat untuk menyusun argumen terkait masalah hukum yang dibahas. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.:

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan judul dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka jenis penelitian yang dilakukan adalah Penelitian Yuridis Normatif. Soerjono Soekanto mendefinisikan penelitian hukum sebagai penelitian yang mengandalkan studi literatur atau data sekunder sebagai dasar analisisnya. Penelitian ini melibatkan kajian terhadap berbagai peraturan dan literatur yang relevan dengan topik yang diteliti.<sup>21</sup> Yuridis normatif merupakan pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep atau asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Metode Pendekatan

Menurut Peter Mahmud Marzuki, ada lima metode pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian hukum, yaitu:

- a. Pendekatan kasus (*case approach*);

---

<sup>21</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, 2001, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 14.

- b. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*);
- c. Pendekatan historis (*historical approach*);
- d. Pendekatan perbandingan (*comprative approach*);
- e. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Dalam penelitian hukum ini, peneliti menggunakan metode pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan ini melibatkan analisis menyeluruh terhadap semua undang-undang dan regulasi yang relevan dengan isu hukum yang sedang diteliti.<sup>22</sup>

### 3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

#### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum utama. Dalam penelitian ini, meliputi peraturan perundang-undangan terkait. Adapun bahan hukum yang digunakan, antara lain:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- 3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan;
- 5) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia.
- 6) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

---

<sup>22</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2011, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hlm. 93.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah sumber-sumber hukum yang digunakan sebagai dukungan atau referensi bagi bahan hukum Primer. Bahan hukum sekunder yang dapat digunakan termasuk buku, artikel, dan jurnal hukum yang berhubungan dengan topik tersebut. Bahan-bahan tersebut memberikan data dan informasi yang relevan yang diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan, yang digunakan untuk mendukung argumen dan analisis dalam penelitian tersebut.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang digunakan sebagai bahan pelengkap dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Dalam penelitian ini, meliputi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Hukum, dan kamus-kamus lain yang menunjang penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melakukan studi kepustakaan. Dalam hal ini penulis melakukan serangkaian kegiatan studi dokumenter dengan cara membaca, mencatat, mengutip buku-buku referensi dan menelaah perundang-undangan, dokumen dan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian.

5. Analisa Data

Dalam penelitian hukum normatif, metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Pendekatan ini melibatkan eksplorasi hubungan antara fakta hukum dengan ketentuan yang terdapat dalam Perundang-undangan. Analisis ini menggunakan Bahan Hukum Primer, yang kemudian dianalisis melalui metode penafsiran menurut ilmu hukum.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan hukum ini adalah memberikan gambaran yang jelas dan komperhensif mengenai penulisan hukum ini. Penelitian yang penulis lakukan dibagi menjadi beberapa bab, sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab 1 merupakan pendahuluan yang berisi : latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, kerangka konseptual, metode penelitian, sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Bab ini menjelaskan tentang kerangka teori berupa teori-teori yang dipakai dalam mengkaji masalah, serta kerangka konsep berupa definisi-definisi istilah yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian

### **BAB III UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 DALAM MELINDUNGI KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI *E-COMMERCE*.**

Berisi pembahasan mengenai sejauh mana Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat melindungi konsumen yang mengalami kerugian dalam melakukan transaksi *e-commerce*

### **BAB IV MEKANISME PENYELESAIAN SENGKETA YANG MERUGIKAN KONSUMEN DALAM METODE PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY (COD)*.**

Berisi pembahasan mengenai mekanisme penyelesaian sengketa yang merugikan konsumen *e-commerce* dalam metode pembayaran *Cash On Delivery (COD)*.

## **BAB V          PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran atas analisis yuridis terhadap kerugian konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

