

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pada sektor teknologi informasi dari tahun ke tahun terutama di Indonesia selalu menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan merupakan dampak hasil yang ditimbulkan dari perkembangan teknologi informasi yang memberi banyak kemudahan. Meningkatnya pendapatan atau *revenue* serta memacu inovasi pada perusahaan adalah dampak dari perkembangan teknologi informasi yang terjadi. Dalam relasinya dengan bisnis perusahaan, perkembangan teknologi diiringi dengan meningkatnya jumlah pengguna internet memberikan peluang baru yaitu terciptanya konsep perdagangan berbasis internet yang sering dikenal dengan *electronic commerce*.

Dari hasil riset penelitian terbaru oleh layanan manajemen konten *Hootsuite* dan dari agensi pemasaran media sosial *We Are Social* dalam laporannya berjudul “Digital 2022” terdapat 4,95 miliar pengguna internet di dunia dengan 204,7 juta merupakan pengguna internet dari Indonesia. Hampir dari semua pengguna internet yang berasal dari Indonesia tersebut mengakses internet menggunakan perangkat seluler yaitu sekitar 94,1% dari pengguna internet Indonesia tahun 2022 dan rata-rata pengguna menghabiskan 4 jam 56 menit mengakses internet menggunakan perangkat seluler. Kemudian,

sebanyak 60,6% pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang mengakses internet ternyata memilih untuk membeli produk atau *service* secara *online* pada platform *ecommerce* dan 158,7 juta konsumen Indonesia menggunakan *digital payments*.¹

E-commerce merupakan salah satu aktivitas berbisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan media internet sebagai fasilitasnya. Banyaknya pengguna *e-commerce* dari tahun ke tahun semakin meningkat karena perkembangan sistem *e-commerce* tersebut. Bahkan, *Subset* dari *e-commerce* yang berupa *mobile commerce* telah muncul seiring berkembangnya sistem informasi yang terjadi. Untuk memenuhi kebutuhan, masyarakat melakukan aktivitas berbelanja (*shopping*), hal ini dilakukan sehari-hari dari zaman ke zaman.² Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang terjadi pada saat sekarang ini, aktivitas berbelanja tersebut dapat dengan mudah dilakukan kapan saja dan dimana seperti halnya berbelanja melalui *online shop* yang bisa diakses melalui berbagai macam *device* seperti contohnya *smartphone* maupun komputer. Sebab bagi sebagian orang, aktivitas berbelanja merupakan kegiatan yang cukup sulit untuk dilakukan terutama bagi orang yang selalu bergerak aktif, tidak memiliki banyak waktu luang serta mempunyai aktivitas yang sangat padat. Oleh karena itulah, dengan adanya *platform e-commerce* dan *mobile commerce*, konsumen dapat mengakses website atau *mobile*, memilih

¹ Kemp, S. (2022). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2022*. Data Reportal Global Digital Insights.

² Simarmata, J. & Paryudi, I. (2006). *Basis Data*. Jakarta: Array

menu dan memilih *digital payments* pilihannya kemudian mendapatkan berbagai penawaran promo dan hal menarik lainnya dari *e-commerce* tersebut.³

Menurut data yang dihimpun oleh Katadata, pasar *e-commerce* terbesar yang terdapat di Asia Tenggara adalah Indonesia.⁴ Pada tahun 2018, menunjukkan bahwa total transaksi (*Gross Merchandise Value*) *e-commerce* di bagian Asia Tenggara mencapai angka US\$ 23,3 miliar atau berkisar Rp 328,4 triliun. Dari banyaknya jumlah tersebut, 52% transaksinya berasal dari negara Indonesia senilai US\$ 12,2 miliar (Rp 172 triliun). Kemudian tahun 2025, pasar *e-commerce* yang berada di negara bagian Asia Tenggara akan diperkirakan mencapai US\$ 103 miliar (Rp 1.455 triliun). Menurut *World Trade Organization* (WTO), dalam halnya perkembangan *e-commerce* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:⁵

1. *E-commerce* mempunyai kemampuan dalam menjangkau lebih banyak jumlah pelanggan bahkan informasinya setiap saat bisa diakses secara langsung dan *up to date*
2. *E-commerce* mendorong tingkat kreativitas yang berasal dari pihak penjual dengan tepat dan cepat dalam hal pendistribusian terkait penyampaian informasi secara periodik.
3. *E-commerce* bisa menjadikan waktu efisien cukup tinggi, berharga ekonomis dan informatif.

³ *Ibid*

⁴ Lidwina. (2019) Infografik Indonesia Pasar Terbesar E-Commerce di Asia Tenggara. Diakses dari <https://katadata.co.id/> diakses pada 1 April 2022

⁵ *Ibid*

4. *E-commerce* bisa menaikkan tingkat kepuasan pada pelanggan, dengan pelayanannya yang akurat, aman, mudah dan cepat.

Terlepas dari perkembangan teknologi yang pesat, keberhasilan pengembangan *e-commerce* bergantung dari beragam faktor. Salah satu yang termasuk faktor keberhasilan tersebut adalah infrastruktur hukum yang dapat digambarkan sebagai kerangka hukum yang berkaitan dengan *e-commerce* yang terdiri dari berbagai cabang hukum yang menangani berbagai legalitas *e-commerce*. Peran infrastruktur hukum tidak hanya memungkinkan pihak untuk melakukan transaksi melalui internet dengan mengakui keabsahan kontrak secara elektronik, tetapi juga untuk mencakup semua masalah lain yang mungkin timbul di lingkungan elektronik untuk mengembangkan manfaat dari perkembangan *e-commerce*.⁶ Salah satunya adalah masalah perlindungan konsumen yang dapat dianggap sebagai unsur penting bagi infrastruktur hukum *e-commerce* yang berupaya memberdayakan konsumen dan memperbaiki ketidakseimbangan antara pihak-pihak yang berkontrak.

Salah satu *e-commerce* sekaligus *platform* yang digunakan masyarakat Indonesia dalam berbelanja *virtual* adalah Mall To Go (www.malltogo.id). Mall To Go merupakan *platform online* yang mengusung konsep *Virtual Mall* yang memungkinkan pelanggan berbelanja *online* di penyewa Mall (*tenant*) serta pilihan untuk pengiriman (*delivery*) dan pengambilan pesanan (*pick up*) di titik yang ditentukan. Mall yang tergabung dalam *platform* Mall To Go

⁶ Aljaber, M. (2012). *The Impact of Privacy Regulations on the Development of Electronic Commerce: Jordan and the UK Comparative Study* (doctoral dissertation). Tersedia dari De Montfort University Database

diantaranya yaitu FX Sudirman, 23 Paskal Bandung dan Beachwalk Bali. Mall To Go pertama kali diluncurkan pada tanggal 14 November 2020 di bawah naungan PT. Pop Properti Indonesia (*Cornerstone Retail Management*) yang merupakan perusahaan manajemen retail dan properti, dari ketiga mall di atas bersama *web developer agency*-nya yaitu PT. Gahar Inovasi Abadi (*IZY.ai*) sebagai solusi untuk *customer mall* agar bisa tetap berbelanja di rumah saat diberlakukannya pembatasan kunjungan ke pusat perbelanjaan akibat *pandemic*.⁷

Melalui *platform* Malltogo.id, PT Pop Properti Indonesia (“*Cornerstone*”) berupaya melengkapi hadirnya *mall* fisik dan digital yang bersamaan dengan tujuan besarnya sendiri yaitu mengembangkan solusi retail manajemen berbasis teknologi. Kebutuhan yang lebih efektif dan efisien terkait *operational retail area* dihadirkan langsung oleh Cornerstone dalam visinya, tidak hanya itu saja kemudahan yang diberikan kepada pengunjung untuk memilih lebih banyak pilihan serta berbelanja dimanapun juga termasuk dalam solusi *omni-channel shopping experience*. Sehingga Cornerstone berhasil mengembangkan beragam *platform digital* serta aplikasi termasuk Mall To Go yang akan berintegrasi dengan *platform digital loyalty mall* (*Corner's Card apps*).⁸

⁷ Media Indonesia. (2021). Dengan Mall To Go, Konsumen Bisa Jelajahi Seputar Mal Favorit Secara Online. Diakses melalui <https://mediaindonesia.com/teknologi/459591/dengan-mall-to-go-konsumen-bisa-jelajahi-seputar-mal-favorit-secara-online> pada tanggal 8 Mei 2022

⁸ Wawancara dengan Sugiharta, *General Manager Commercial Cornerstone* di Centennial Tower Kuningan pada 9 Mei 2022



Gambar 1.1 – Tampilan *Homepage* Mall To Go

Beragam keunggulan juga dihadirkan dalam *platform* baru tersebut, diantaranya Mall To Go yang menawarkan fleksibilitas kepada para *customer*-nya untuk menyusuri berbagai *mall-mall* favoritnya secara *online* seperti contohnya *mall* 23 Paskal Shopping Mall-Bandung, Beachwalk Shopping Center-Bali serta FX Sudirman-Jakarta

Dengan hadirnya Mall To Go ini, *customer* dapat dengan mudah berbelanja dimanapun dan kapanpun dengan berbagai promo menarik seperti *double point* serta *rewards* integrasi dengan program *Loyalty Program* dari *Shopping Mall* serta pilihan *payment* dan *delivery* yang beragam. Saat ini, konsumen Mall To Go tersebar di area Jabodetabek, Bali, Surabaya, NTB dan Sulawesi maka dari itu terdapat berbagai daerah pengiriman yang dikategorikan sesuai *hub* pendistribusian area. Ada lebih dari 189 tenant yang terdapat pada *platform* Mall To Go yang menyediakan produk dari mulai *fashion, health and beauty, sports, elektronik, food and beverage, optical* dan lainnya.⁹

⁹ *Ibid*

Dalam transaksi jual beli *online Mall To Go*, sebagai *platform* populer memunculkan kekhawatiran praktik merugikan bagi konsumen atau pembeli. Beberapa kasus yang dikaitkan dengan *e-commerce* adalah sebagai berikut:¹⁰

1. Barang yang diterima dengan barang yang dipesan konsumen tidak sesuai.
2. Terjadi kesalahan input atau stok barang habis, padahal konsumen sudah lunas membayar sehingga menyebabkan pembatalan sepihak oleh *e-commerce* maupun harus mengganti dengan opsi lain karena sudah terlanjur membayar.
3. Kesulitan untuk permasalahan pengaduan, konsumen yang mendapat permasalahan pengiriman, pengembalian dana dan/atau barang, seringkali mendapatkan ketidakjelasan dari pihak *e-commerce* apabila melakukan *complaint*. Mulai dari proses yang lama, bahkan komplain tidak diperhatikan.
4. Masalah keamanan platform, dimana platform berusaha dibobol dan berpotensi bocornya data-data *customer* untuk disalahgunakan.
5. Ketidakjelasan harga yang tertera dan *delivery order* yang lama sehingga pesanan sudah tidak sesuai ekspektasi *customer*
6. Proses pembelian yang membuat alurnya cukup rumit dan panjang bagi *customer (user experience)*

¹⁰ Data Report *Mall To Go*. 2020-2021. Jakarta: PT. Pop Properti Indonesia. Diakses pada 11 Mei 2022.

7. Kendala teknis *load page* lama dan *error* serta *maintenance* perubahan harga sehingga *close page* membuat *customer* tidak nyaman dan kecepatan *response admin* yang kurang cekatan.

Namun demikian, jika dibandingkan dengan *platform* lain Mall To Go memiliki banyak keunggulan yang bisa menjadi manfaat bagi *customers* sebagai berikut:¹¹

Point Of View	Mall To Go	Online Food Delivery (Go-Food / Grab-Food)	E-commerce (Zalora, Lazada, etc.)
Dashboard Features	<ul style="list-style-type: none"> Sales Performance Review Dedicated banner promotion for free (T&C Applied) 	<ul style="list-style-type: none"> Sales Performance Review 	<ul style="list-style-type: none"> Sales Performance Review
Promotion Channels	<ul style="list-style-type: none"> Push Up Notification Banner Email Blast Mall's Social Media Group Deal Partnership (Bank, Fintech, Delivery Platform) 	<ul style="list-style-type: none"> Push Up Notification Banner 	<ul style="list-style-type: none"> Push Up Notification Banner Email Blast Social Media Group Deal Partnership (Bank, Fintech, Delivery Platform)
Promotion Feature	<ul style="list-style-type: none"> Personal Shopper Product Curated by KOL Cross Selling with other tenants Up Selling 	<ul style="list-style-type: none"> Up Selling 	<ul style="list-style-type: none"> Up Selling
Options in One Order	Multiple products / brands / stores in one order	One Brand or Store per order	Multiple products in one order
User Friendly Platform	Web based (No need to install the apps, just click the link or scan the QR Code)	Application Base	Application Base
Custom Order	By Personal Shopper	-	-
Payment Options	Open for all Payment Channels & Platforms	Limited payment channel / platform by group	Multiple payment channel / platform (For fintech platform limited for group partner)

Tabel 1.2 Competitor analysis Mall To Go

Jika melihat dari tabel di atas, maka dari sisi fitur Mall To Go memiliki keunggulan dari *platform* lainnya yang banyak digunakan seperti *online food delivery platform (Go-Food/Grab Food)* serta *e-commerce* seperti *Zalora, Lazada* serta *Online Food Delivery* seperti *Go-Food* dan *Grab Food*. Salah satu keunggulannya adalah bisa memilih berbagai produk dari tenant manapun dalam satu mall untuk dimasukkan dalam satu *order*. Kemudian dari sisi *custom order*, Mall To Go *customer* bisa memesan barang secara *custom*

¹¹ Data Report Mall To Go. 2020. Competitor Analysis Platform Mall To Go. Jakarta: PT. Pop Properti Indonesia. Diakses pada 25 Oktober 2021.

atau bahkan yang tidak ada dalam website Mall To Go selagi tersedia dari mall yang dipilih bisa dipesankan melalui *Personal Shopper*. Meskipun dari sisi *user-experience*, *platform* Mall To Go masih berbasis website belum berbentuk aplikasi namun secara pilihan pembayaran sudah bervariasi dan terdapat beragam fitur pada *dashboard* dari sisi tenant maupun *users* serta *promotion channels*.¹²

Kelemahan sistem *e-commerce* adalah kualitas yang dijanjikan dengan jenis barang yang tersedia tidak sesuai, beresiko tindakan penipuan seperti kasus saat pihak pembeli yang sudah mengirimkan uang pembayaran namun tidak terjadi pengiriman barang tersebut, barang yang dikirim tidak tepat waktu, transaksi tidak aman berawal dari penggunaan kartu kredit milik orang lain untuk pembayaran (pembajakan), sistem informasi yang diakses secara ilegal (*hacking*), hingga pencurian data melalui merusak *website*.¹³

Untuk memberikan rasa aman bagi konsumen sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidupnya diperlukan perlindungan konsumen.¹⁴ Aspek hukum sebagai bentuk perlindungan hukum. Perkembangan yang terjadi dalam ruang lingkup kehidupan masyarakat yang selalu diikuti oleh hukum, oleh karena itu hukum disebut dinamis. Hukum sangat bermakna besar bagi masyarakat. Melindungi berbagai kepentingan masyarakat merupakan tujuan dari hukum yang memiliki fungsi mengatur kehidupan masyarakat. Kesejahteraan pada masyarakat berkaitan dengan perhatian khusus yang

¹² *Ibid*

¹³ Claude, F. & Elisatris G. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Transaksi Elektronik Melalui Transaksi Jual-Beli Online. Diakses dari Jurnal Indonesia Sosial Teknologi pada 28 Juni 2022.

diberikan kepada hukum perlindungan konsumen. Pemerintah memiliki peran dalam hal mengontrol, mengawasi serta mengatur sehingga terbentuklah sistem yang kondusif serta saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya, sehingga dapat tercapai tujuan menyejahterakan kehidupan masyarakat luas.¹⁵

Perlindungan terkait konsumen di Indonesia diberikan oleh hukum perlindungan konsumen sebagai tujuannya. Berdasarkan Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen definisi dari perlindungan terhadap konsumen ialah:¹⁶

*“Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.*¹⁷

Sebelum barang dan/ atau jasa diproduksi oleh perusahaan, keberadaan dari kepentingan terhadap konsumen sudah ada dari awal, sehingga pengkajiannya tidak bisa dilihat dari suatu aspek hukum semata saja karena pembentukan perlindungan konsumen juga butuh pemikiran yang cukup luas. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam halnya menggunakan jasa atau mengonsumsi barang. Menurut pasal 4 yang terdapat dalam UUPK mengenai sejumlah hak penting terhadap konsumen, terdapat sembilan hak dari konsumen yang delapan diantaranya hak eksplisit yang diatur

¹⁵ Tri, Celina, (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika hal 3

¹⁶ Republik Indonesia, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁷ *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LNNNo. 42 Tahun 1999, TLN. No. 3821, Ps. 1 angka (2) beserta penjelasannya.

dalam UUPK sedangkan satu hak yang lain diatur di dalam ketentuan perundang-undangan lainnya, adapun hak-hak yang dimaksud adalah:¹⁸

1. Hak atas keselamatan, keamanan serta hak atas kenyamanan dalam hal mengkonsumsi jasa dan/ atau barang;
2. Hak dalam memilih jasa dan/atau barang hingga memperoleh jasa dan/ atau barang yang dimaksud sesuai kondisi dan jumlah nilai tukar, sampai dengan jaminan yang telah dijanjikan;
3. Hak supaya didengar mengenai keluhan serta pendapat terhadap penggunaan barang dan/ atau jasa;
4. Hak mendapatkan informasi yang bersifat jujur, jelas dan benar terkait jaminan serta kondisi dari jasa dan/ atau barang;
5. Hak memperoleh pendidikan serta pembinaan terhadap konsumen;
6. Hak memperoleh perlindungan, advokasi serta upaya penyelesaian sengketa terkait perlindungan terhadap konsumen dengan patut;
7. Hak memperoleh bentuk kompensasi terhadap ganti rugi dan/ atau penggantian, jika jasa dan/ atau barang yang telah diterima sebelumnya tidak sesuai perjanjian;
8. Hak dilayani atau diperlakukan dengan cara yang tidak diskriminatif, jujur, serta benar;
9. Semua hak-hak yang diatur di dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

¹⁸ Yani, Ahmad & Gunawan Widjaja. (2020). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama. hal. 29.

Berbagai hak-hak yang terdapat pada konsumen berdasarkan Pasal 4 pada UUPK bersifat lebih luas jika dibandingkan dengan hak-hak dasar terhadap konsumen berdasarkan pendapat Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy ketika di depan kongres tahun 1962, hak-hak tersebut antara lain:¹⁹

1. Hak mendapatkan keamanan;
2. Hak memperoleh informasi;
3. Hak memilih;
4. Hak untuk didengar;

Keempat hak tersebut di atas merupakan bagian dari Deklarasi hak-hak asasi manusia yang sebelumnya telah dicanangkan oleh PBB tertanggal 10 Desember 1948 tercantum dalam pasal 3, 8, 19, 21, dan pasal 26, kemudian penambahan lagi sebanyak 4 hak dasar konsumen oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union-IOCU*), keempat hak lainnya itu antara lain sebagai berikut:²⁰

1. Hak mendapatkan kebutuhan akan hidup;
2. Hak mendapatkan bentuk ganti rugi;
3. Hak mendapatkan pendidikan terhadap konsumen;
4. Hak mendapatkan lingkungan tempat hidup dengan kondisi sehat dan bersih;

¹⁹ *Ibid*

²⁰ *Ibid*

Di samping hal tersebut, pada masyarakat Eropa (*Europese Economische Gemeenschap* atau *EEG*) sudah terjadi kesepakatan sebanyak 5 hak dasar konsumen, kelima hak tersebut antara lain sebagai berikut:²¹

1. Hak perlindungan terhadap keamanan dan kesehatan (*recht op bescherming van zijn gezondheid en veiligheid*);
2. Hak memperoleh ganti rugi (*recht op schadevergoeding*);
3. Hak perlindungan terhadap kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zijn economische belangen*);
4. Hak untuk didengar (*recht om te worden gehoord*);
5. Hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*);

Maka, sebagaimana yang telah dikemukakan bahwa hak-hak yang melekat pada konsumen haruslah dilindungi karena seringkali hak-hak tersebut diabaikan oleh pelaku usaha dalam melakukan transaksi ekonomi.²² Supaya konsumen terhindar dari beragam hal negatif yang timbul dari penggunaan jasa dan/ atau barang serta mengangkat harkat dan martabat hidup konsumen merupakan tujuan dari perlindungan konsumen ini.²³

Pentingnya perlindungan terhadap konsumen dapat dipandang dari sudut pandang materiil ataupun formal, mengingat semakin canggihnya serta semakin cepatnya laju ilmu pengetahuan dan teknologi. Mendesak untuk segera mencari solusi guna kepentingan terhadap konsumen merupakan pentingnya upaya yang dapat diberikan untuk perlindungan yang memadai

²¹ *Ibid*

²² Happy, S. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia hal. 22.

²³ Barkatullah, A. (2010). *Hak-Hak Konsumen*. Bandung : Nusa Media hal. 48.

terutama di Indonesia, mengingat semakin banyaknya permasalahan terkait perlindungan terhadap konsumen.²⁴

Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kepastian hukum merupakan salah satu hak dasar atas konsumen yang perlu dilindungi. Dari aspek hukum perdata hal ini bisa dilihat dari keabsahan terkait transaksi bisnis yang termasuk dalam permasalahan di dalam kepastian hukum terkhususnya *e-commerce*.

Adapun bentuk permasalahan lain yang bisa saja timbul adalah misalnya yang berkaitan jaminan terhadap kerahasiaan dokumen, keaslian data, kewajiban pembayaran pajak, hukum mana yang bisa ditunjuk sewaktu-waktu apabila ada pelanggaran kontrak maupun perjanjian, permasalahan pada yurisdiksi hukum hingga permasalahan hukum apa yang harus diterapkan jika muncul sengketa. Sebagai upaya meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen maka dibutuhkan bentuk perlindungan konsumen yang berasal dari jaminan keamanan transaksi *e-commerce*.²⁵

Peraturan *e-commerce* kemudian diatur di dalam Undang- Undang No. 11 Tahun 2008 yaitu Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (Selanjutnya disingkat UUIE). Pada Pasal 1 ayat 1 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE definisi dari informasi elektronik adalah “satu atau sekumpulan data yang berbentuk elektronik, tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data internet* (EDI), surat elektronik

²⁴ *Ibid*

²⁵ Tim BPKN. (2018). *Kajian Perlindungan E-Commerce di Indonesia*. Dikutip dari www.bkpn.go.id diakses pada 13 oktober 2021, hal 2

(*electronic mail*), telegram, teleks, *teletcopy* ataupun sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, *symbol*, atau perforasi yang sudah diolah yang mempunyai arti atau bisa dipahami pada orang yang mampu memahami hal tersebut”. Pada Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang ITE disebutkan “transaksi elektronik adalah merupakan hukum yang dilaksanakan dengan menggunakan benda seperti komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Kesimpulannya, yang dimaksud dengan UU ITE ialah Undang-Undang ataupun sekumpulan aturan yang di dalamnya mengatur mengenai informasi dan transaksi elektronik, tidak hanya itu saja UU ITE juga terkait tata cara mengemukakan suatu informasi dan tata cara bertransaksi yang baik melalui cara pemanfaatan media elektronik.²⁶

Pasal 2 UU ITE menjelaskan Undang-Undang ini mempunyai jangkauan yurisdiksi tidak hanya bagi perbuatan hukum di Indonesia dan/atau dilakukan warga negara Indonesia saja, namun berlaku pula terhadap perbuatan hukum di luar wilayah hukum (yuridiksi) Indonesia oleh WNI maupun WNA bahkan oleh badan hukum Indonesia maupun badan hukum asing yang memunculkan akibat hukum di Indonesia, terkait bahwa peran dalam penggunaan teknologi informasi khususnya informasi elektronik sampai dengan transaksi elektronik yang sifatnya lintas universal ataupun *territorial*.²⁷

Mengenai perdagangan yang dilakukan menggunakan sistem elektronik berikutnya diatur dalam UU No. 7 Tahun 2014 Pasal 65 dan Pasal

²⁶ UU No. 11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

²⁷ Tim Redaksi BIP, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, hal 33.

66 tentang Perdagangan.²⁸ Dalam Pasal 65 disebutkan “setiap pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik, maka wajib untuk menyediakan semacam data dan/atau informasi dengan benar dan lengkap bahkan jika setiap pelaku usaha menjual barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar seperti halnya yang dimaksud dalam ayat (1) maka akan dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin”. Sedangkan pada Pasal 66 disebutkan ketentuan terkait mengenai kegiatan transaksi perdagangan yang dilakukan menggunakan sistem elektronik diatur Peraturan Pemerintah.

Adanya regulasi terkait perlindungan terhadap konsumen dengan ditetapkannya peraturan mengenai *E-commerce* di Indonesia menandakan keseriusan serta perhatian pemerintah akan hal tersebut. Namun, dalam hal pelaksanaan untuk menegakkannya di dunia transaksi dalam elektronik juga masih jauh dari harapan. Banyak kasus tidak diselesaikan dengan maksimal bahkan abai terhadap hak-hak yang melekat pada diri konsumen. Terdapat banyak pula kasus yang sama sekali tidak menemui penyelesaiannya, hal ini dikarenakan permintaan dari pihak konsumen lebih memilih untuk tidak mempermasalahkannya hal tersebut. Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut di atas, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI PADA PLATFORM MALLTOGO.ID”**.

²⁸ *Ibid*

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, sehingga permasalahan dalam pembahasan berikutnya adalah:

1. Bagaimana pengaturan *e-commerce* platform Malltogo.id dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce* platform Mall To Go?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud

1. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Magister Hukum dan penelitian ini diharapkan berguna untuk menerapkan pengaturan pada *e-commerce* dengan kaitannya terhadap perlindungan konsumen termasuk menambah wawasan penulis dalam mengembangkan kreativitas dan pengetahuan serta diharapkan dapat memahami aturan-aturan tata cara penerapan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *platform e-commerce*.

2. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan dan juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang meneliti masalah sejenis.

1.3.2. Tujuan

Atas dasar penelitian yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui peraturan mengenai perlindungan konsumen dan transaksi *ecommerce* di Indonesia.
2. Mengetahui berbagai upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli pada situs belanja *online* Mall To Go dan mengetahui pertanggungjawaban pengelola situs belanja *online* Mall To Go terhadap konsumen yang dirugikan ketika bertransaksi jual beli

1.4. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sarana pokok yang terdapat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni yang bertujuan guna terungkapnya kebenaran secara konsisten, metodologis dan sistematis. Metode penelitian ini ialah sekumpulan tahapan sebagai upaya mengumpulkan sejumlah data untuk diinvestigasi, selain itu juga sekaligus memberi gambaran mengenai rancangan penelitian. Adapun yang termasuk dalam rancangan penelitian meliputi antara lain: langkah serta prosedur yang perlu ditempuh, banyak waktu yang diperlukan, sumber data serta dengan langkah apakah supaya data-data yang dikumpulkan tersebut dapat diperoleh untuk kemudian diolah serta dianalisis.²⁹

Soejono Soekanto mengemukakan “penelitian hukum merupakan suatu kegiatan dalam ilmiah, didasarkan pada pemikiran, sistematika, serta metode-metode tertentu yang tujuannya untuk mempelajari sesuatu ataupun beberapa gejala hukum yang dimaksud, dengan cara menganalisis gejala tersebut”. Selain itu diadakan pula sejenis pemeriksaan lebih mendalam terkait faktor hukum yang dimaksud untuk selanjutnya dilakukan pengupayaan pemecahan atas permasalahan

²⁹ Ali, Z. (2016). Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Sinar Grafika, hal 17

apa saja yang ada dalam gejala yang bersangkutan³⁰. Penelitian yang dimana bersifat teoritis yang di dalamnya membahas mengenai beragam doktrin atau asas-asas yang terdapat dalam ilmu hukum, jenis dari metode penelitian hukum ini dikenal juga dengan *yuridis normatif* yang mencakup:³¹

- a) Penelitian terhadap asas-asas dalam hukum;
- b) Penelitian terhadap sistematika dalam hukum;
- c) Penelitian terhadap taraf sinkronisasi hukum;
- d) Penelitian sejarah terhadap hukum;
- e) Penelitian perbandingan yang terdapat hukum

a) Jenis Penelitian

Penelitian *yuridis normatif* merupakan tipe jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Hukum sebagai suatu sistem normatif yang bersifat tertutup, mandiri serta berada jauh dari kehidupan masyarakat secara nyata merupakan pandangan hukum yang berasal dari konsep penelitian yuridis normatif yang memandang hukum sebagai norma-norma tertulis yang dibuat serta diundangkan oleh pejabat atau lembaga yang berwenang disana.³² Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji menyebut jenis penelitian hukum kepustakaan sebagai penelitian hukum normatif. Terkait hal ini Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji memberikan pengertian bahwa “cara meneliti data sekunder belaka atau dengan bahan kepustakaan merupakan penelitian hukum berjenis normatif”.³³ Sedangkan berdasarkan Peter Mahmud Marzuki menyatakan bahwa untuk menjawab isu-isu hukum yang tengah

³⁰ Soekanto, S. (2014). Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta: UI Press hal 43

³¹ *Ibid*

³² Soemitro, R. (1988). *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia hal.13-14.

³³ Soekanto, S & Sri Mamudji. (2006). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

dihadapi maka dibutuhkanlah doktrin-doktrin hukum, prinsip-prinsip hukum serta aturan hukum sebagai proses dari penelitian hukum normatif.³⁴ Cakupan dari penelitian kepustakaan atau penelitian hukum normatif di dalam penelitian ini antara lain:

- a. Penelitian terhadap asas-asas dalam hukum;
- b. Penelitian terhadap sistematika dalam hukum;
- c. Penelitian terhadap sinkronisasi vertikal dan horizontal;
- d. Perbandingan yang terdapat dalam hukum;
- e. Sejarah terhadap hukum;

2. Sifat Penelitian

Objek penelitian yang berasal teori-teori hukum dengan kaitannya terhadap peraturan perundang-undangan merupakan ungkapan dari sifat dari penelitian deskriptif analitis. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tentang hal-hal yang terjadi dalam praktik kegiatan usaha yang melibatkan pelaku usaha dan konsumen. Terkait permasalahan yang hendak diteliti maka terlebih dahulu harus memiliki data awal yang berupa gambaran penelitian. Dalam penelitian ini, akan digambarkan sejelas mungkin terkait pelaksanaan perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli pada situs belanja Malltogo.id.³⁵

3. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini akan digunakan sejumlah dua bentuk pendekatan penelitian yaitu antara lain:

³⁴ Marzuki, P. (2009). Penelitian Hukum, Jakarta : Kencana Prenada Media Group

³⁵ <https://raharja.ac.id/2020/11/09/perbedaan-data-primer-dan-data-sekunder/> diakses pada 19 Oktober 2021

- a. Pendekatan terhadap perundang-undangan yaitu pendekatan perundang-undangan akan penulis lakukan dengan mengkaji dan menganalisis semua aturan yang terkait pengaturan *ecommerce* dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen
- b. Pendekatan kasus yakni penulis akan menganalisis kasus-kasus yang berkaitan dengan upaya perlindungan hukum terhadap konsumen *ecommerce*

4. Teknik Pengumpulan Data

Data sekunder serta data primer merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Pada umumnya data yang berasal dari bahan pustaka serta data yang berasal dari masyarakat merupakan dua jenis pemerolehan data. Data datar atau data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari masyarakat sedangkan data yang kedua dinamakan data sekunder.³⁶ Observasi dan wawancara merupakan bentuk dari penelitian di lapangan sebagai cara memperoleh data secara langsung dari masyarakat atau data primer, adapun masyarakat berperannya sebagai sumber pertama. Sedangkan yang dimaksud dengan data sekunder adalah data yang dapat diperoleh dari peraturan perundang-undangan, disertasi, tesis, skripsi, hasil penelitian yang berbentuk laporan serta buku-buku dan dokumen-dokumen resmi yang relevan dengan objek penelitian yang sedang diteliti. Adapun data sekunder tersebut bisa dibagi, antara lain yaitu:³⁷

1. Bahan Hukum Primer

³⁶ Soerjono S. (1998). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press hal 2

³⁷ *Ibid*

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai sifat *autoratif* yang artinya memiliki otoritas. Dokumen peraturan yang sifatnya mengikat serta telah ditetapkan oleh pihak yang berwenang merupakan isi dari bahan hukum primer. Bahan-bahan hukum yang dimaksud bersifat mengikat tersebut terdiri dari standar pengaturan Mall To Go, peraturan perundang-undangan yang relevan dengan objek penelitian yang sedang diteliti, seperti halnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang “Perlindungan Konsumen”, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang “Informasi dan Transaksi Elektronik” (UUITE) dan Undang-Undang No.7 Tahun 2004 tentang “Perdagangan”, KUH Perdata serta lainnya. Wawancara akan dilakukan dengan narasumbernya yaitu *GM Commercial PT. Pop Properti Indonesia (Cornerstone)*, *Customer Relationship Management (CRM) Supervisor 23 Paskal Mall*, *Ecommerce Assistant Manager Beachwalk Bali*, *Head of CS & Supervisor FX Sudirman*.

2. Bahan Hukum Sekunder

Tulisan-tulisan ilmiah hukum, buku-buku, serta jurnal yang relevan dengan objek penelitian yang diteliti merupakan isi dari bahan hukum sekunder berupa penjelasan terkait bahan hukum primer. Pada penelitian ini akan dilakukan riset perpustakaan di perpustakaan UKI, *research and development department* di PT. Pop Properti Indonesia (Cornerstone), serta riset informasi data *terkait Mall To Go* di FX Sudirman Mall, 23 Paskal dan Beachwalk Bali Shopping Center.

3. Bahan Hukum Tersier

Penjelasan atau petunjuk terkait bahan hukum primer serta bahan hukum primer adalah definisi dari bahan hukum tersier yang dapat berasal dari surat kabar, majalah, ensiklopedia, kamus dan lain sebagainya.

5. Metode Analisa Data

Analisa data bisa didefinisikan sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data. Mengingat penelitian ini bersifat yuridis normatif, maka data yang telah diperoleh akan dilakukan analisis kualitatif, yaitu analisa data yang tidak menggunakan angka melainkan memberikan deskriptif dengan kata-kata atas temuan-temuan, dan karenanya lebih mengutamakan kualitas. Metode analisa data yang dilakukan penulis dilakukan dengan cara:³⁸

1. Menarik asas-asas hukum dan teori hukum;
2. Menelaah sistematika peraturan perundang-undangan;
3. Meneliti sinkronisasi dari peraturan perundang-undangan;
4. Menelaah pertimbangan hakim dalam putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap; dan
5. Menganalisis keterkaitan pertimbangan hakim dengan peraturan perundang-undangan dan teori hukum.

³⁸ Soekantor, S & Sri Mamudji (2018). *Penelitian Hukum Normatif; Suatu Tinjauan Singkat*, Ed.1 Cet.18, Depok: Rajawali Pers hal 1

Berdasarkan hasil analisa data, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan dengan cara:³⁹

- a. Logika deduktif, yaitu mengambil kesimpulan konkrit dari sesuatu yang abstrak.
- b. Logika induktif, yaitu mengambil kesimpulan abstrak dari hal-hal yang konkrit.

5.1. Sistematika Penulisan

Agar penyusunan penelitian menjadi lebih terstruktur dan sistematis maka dibagi menjadi beberapa bagian berikut ini:

BAB 1. PENDAHULUAN

Dalam bab pertama ini memuat latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori dan kerangka konseptual, metode penelitian dan sistematika penelitian

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua ini berisi konsep teori yang didasarkan dari bahan-bahan kepustakaan, mulai dari tinjauan umum perjanjian dan transaksi *e-commerce*, teori perlindungan hukum, teori keadilan, teori ekonomi *analysis of law*.

BAB III. PENGATURAN *E-COMMERCE PLATFORM MALLTOGO.ID*

DALAM KAITANNYA DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab ketiga, yaitu bab yang membahas terkait hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam platform Mall To Go.

³⁹ *Ibid*

BAB IV. UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
E-COMMERCE PLATFORM MALL TO GO

Bab keempat, yaitu bab yang membahas rumusan permasalahan yang berupa upaya perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce platform Mall To Go*

BAB V : PENUTUP

Merupakan bagian akhir dari tesis ini, berisi kesimpulan, saran dan penutup.

