

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi di Indonesia kini semakin pesat. Perkembangan yang pesat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya ialah kecanggihan teknologi yakni internet yang berkembang dengan cepat dan dapat diakses oleh semua masyarakat dari berbagai usia. Saat keadaan pandemi COVID-19 seperti ini teknologi internet menjadi hal penting bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pendidikan, komunikasi, transportasi dan ekonomi.

Teknologi internet memberikan berbagai manfaat salah satunya dalam dunia ekonomi yakni cara betransaksi jual beli yang lebih efektif dengan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* adalah penjualan dan pembelian produk, informasi dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan komputer misalnya internet. Perkembangan internet yang pesat merupakan faktor pendorong munculnya *e-commerce*. Internet merupakan jaringan global yang menghubungkan jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga memudahkan interaksi antar pengguna internet.<sup>1</sup>

Istilah *e-commerce* yang didefinisikan oleh Julian Diang adalah sebagai berikut :

---

<sup>1</sup> M. Leo Agung, 2011, *Sukses Membangun Toko Online dengan E-Commerce*, Yogyakarta: C.V Andi Offset dan Madcoms, hlm.2.

*“Electronic Commerce or e-commerce as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “rights”. This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public network system must be considered on an open system (e.g. the internet or world wide web). The transaction concluded regardless of national boundaries or local requirements”.*<sup>2</sup>

Pengertian yang dimaksud oleh Julian Diang tentang *e-commerce* adalah transaksi komersial yang dilakukan antar penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam *public network*.<sup>3</sup>

Keadaan pandemi COVID-19 membuat pemerintah mengeluarkan himbauan bahwa masyarakat tidak boleh melakukan interaksi secara langsung. Adanya *e-commerce* memberikan pemanfaatan menjadi lebih efektif yang menguntungkan bagi pedagang dan pembeli.

Pemanfaatan *e-commerce* dilakukan dengan orientasi-orientasi sebagai berikut :

1. Pembelian Online (*on-line transaction*);
2. Komunikasi Digital (*digital communication*), yaitu suatu

---

<sup>2</sup> Abdul Halim Barkatullah, 2019, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia (Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia)*, Cetakan ke-2, Bandung: Nusa Media, hlm. 11.

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 12.

- komunikasi secara elektronik;
3. Penyedia Jasa (*service*), yang menyediakan informasi tentang kualitas produk dan informasi instan terkini;
  4. Proses bisnis yang merupakan sistem dengan sasaran untuk meningkatkan otomatisasi proses bisnis;
  5. *Market of one*, yang memungkinkan proses *costumization* produk dan jasa untuk diadaptasikan pada kebutuhan bisnis.<sup>4</sup>

Pemanfaatan *e-commerce* diatas memberikan keuntungan bagi pedagang dan pembeli. Keuntungan bagi pedagang yakni menciptakan pendapatan yang tidak melalui cara konvensional, menurunkan biaya operasional, memiliki jangkauan dari manapun di seluruh dunia dan tidak terbatas waktu. Keuntungan bagi pembeli yakni pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga menghemat waktu, pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk atau jasa yang ingin dibelinya tanpa dibatasi waktu.<sup>5</sup>

Transaksi melalui *e-commerce* ada berbagai macam, salah satunya dengan menggunakan sistem *dropship*. Sistem *dropship* adalah kesepakatan kerjasama antara distributor atau supplier dengan *dropshipper* untuk melakukan penjualan suatu barang atau jasa yang berasal dari produsen, supplier atau distributor.

---

<sup>4</sup> Munir Fuady, 2002, *Pengantar Hukum Bisnis, Menata Bisnis Modern di Era Global*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm.408.

<sup>5</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Op.cit.*, hlm.26.

Sistem *dropship* menguntungkan bagi kedua belah pihak yakni *dropshipper* dan distributor. Keuntungan bagi *dropshipper* yakni tidak harus memiliki barang atau jasa terlebih dahulu untuk dijual, tidak perlu menyiapkan tempat khusus penyimpanan barang dan keuntungan bagi distributor yakni dapat mengembangkan pemasarannya secara lebih luas dengan bantuan *dropshipper*.

Sistem *dropship* juga memiliki kekurangan. Kekurangan bagi *dropshipper* yakni tidak mengetahui kondisi barang yang dijual karena proses pengemasan dan pengiriman barang kepada konsumen dilakukan oleh distributor sehingga ketika pengemasan tidak sesuai, pihak *dropshipper* harus menerima komplain dari pihak konsumen. Kekurangan bagi distributor yakni tidak dapat memastikan apakah data yang telah diinput oleh *dropshipper* sudah sesuai dengan permintaan konsumen.

Kekurangan sistem *dropship* tersebut pun akan berpengaruh pada pihak konsumen yakni, barang dan/atau jasa yang sampai pada konsumen ternyata sudah rusak, barang dan/atau jasa yang sampai ternyata tidak sesuai pesanan dan barang dan/atau jasa tidak sampai pada konsumen.

Penerapan bisnis dengan sistem *dropship* dalam realitanya pun juga ada dua jenis *dropshipper* yakni *dropshipper* resmi dan *dropshipper* tidak resmi. Sebutan *dropshipper* resmi didapatkan dengan cara mendaftarkan diri secara resmi kepada pihak distributor untuk menjalin hubungan kerjasama. *Dropshipper* tidak resmi merupakan pelaku usaha yang tidak mendaftarkan dirinya secara resmi kepada pihak distributor, berperilaku seolah-olah telah

menjadi *dropshipper*. Adanya dua jenis *dropshipper* juga berpengaruh pada konsumen terutama terkait pertanggung jawaban. Berdasarkan hal tersebut sangat diperlukannya perlindungan hukum bagi konsumen dan kerja sama yang baik antara para pihak yang terlibat dalam sistem *dropship*.

Pihak-pihak yang terlibat dalam sistem *dropship* ialah *dropshipper* (orang yang menjalankan bisnis dengan sistem *dropship*), distributor yang menyuplai barang atau jasa untuk dijual dan konsumen sebagai pihak yang menggunakan dan menikmati barang atau jasa yang dibeli. Pihak-pihak yang terlibat dalam sistem *dropship* tersebut memiliki hubungan hukum jual beli.

Akibat dari hubungan hukum yang terjadi antara distributor, *dropship* dan konsumen tersebut terbentuk suatu perikatan. Perikatan artinya hal yang mengikat orang yang satu terhadap orang lain. Hal yang mengikat itu dalam kenyataannya dapat berupa perbuatan, misalnya jual beli barang.<sup>6</sup>

Pengertian mengenai perikatan dijelaskan dalam Pasal 1233 KUHPerdara yang menyatakan bahwa “tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang”. Pasal 1234 KUHPerdara menyatakan bahwa tiap “perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu”.

Adanya perikatan tersebut maka timbul hak dan kewajiban bagi para pihak distributor, *dropshipper* dan konsumen. Pasal 1457 KUHPerdara menyatakan bahwa “jual beli adalah suatu persetujuan, dimana pihak penjual

---

<sup>6</sup> Abdulkadir Muhammad, 1992, *Hukum Perikatan*, cetakan ke-3, Bandung: PT. Citra Aditya Sakti, hlm.5.

mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak pembeli membayar harga yang telah disepakati”. Berdasarkan pasal 1457 KUHPerdara dapat diketahui bahwa ada kewajiban dan hak, baik dari pihak penjual dan pembeli. Kewajiban penjual harus menyerahkan barang/dan atau jasa kepada pembeli. Hak penjual mendapatkan sejumlah pembayaran atas barang/dan atau jasa yang telah disepakati oleh pembeli, yang juga merupakan kewajiban pembeli dan hak pembeli menerima barang dan/atau jasa yang sudah disepakati. Namun pasal 1457 KUHPerdara masih kurang untuk menjamin perlindungan hukum bagi konsumen, yang semestinya menyertakan jaminan bila terjadi kerugian. Maka diperlukan pengaturan khusus tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 butir a menyatakan bahwa “pelaku usaha berhak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan”. Setelah pelaku usaha mendapatkan haknya berupa pembayaran sejumlah uang yang sesuai maka timbul kewajiban bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak konsumen yakni, diatur dalam Pasal 4 butir b yang menyatakan bahwa “konsumen berhak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”. Jaminan yang dimaksud adalah kepastian perlindungan bila konsumen mengalami kerugian hal ini dijelaskan dalam Pasal 4 butir h yang menyatakan bahwa “konsumen berhak



mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dengan kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab pada konsumen”.

Selain hak dan kewajiban ada hal yang harus dipenuhi yakni tanggung jawab apabila terjadi kerugian pada konsumen. Pasal 19 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan”. Bentuk tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen dijelaskan dalam Pasal 19 ayat 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “ganti rugi sebagaimana yang dimaksud ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian satuan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”.

Ketentuan yang lain tertuang dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan”.

Peraturan yang ada dapat memberikan gambaran bahwa pelaku usaha sistem *dropship* dalam transaksi melalui *e-commerce* wajib memberikan

barang atau jasa sesuai dengan kesepakatan dan bertanggung jawab bila terjadi kekeliruan atau kelalaian. Hal ini dilakukan guna melindungi konsumen yang masih lemah akan kesadarannya mengenai hak-haknya sebagai konsumen.

Munculnya sistem *dropship* dalam transaksi melalui *e-commerce* memberikan dampak bagi masyarakat untuk mencoba peluang bisnis dengan modal yang minim. Meskipun demikian sistem *dropship* memberi tantangan dan resiko di bidang hukum khususnya perlindungan hukum bagi konsumen, misalnya permasalahan tanggungjawab. Pelaku usaha mana yang bertanggung jawab bila konsumen mengalami kerugian apakah distributor atau *dropshipper* dan bagaimana pertanggung jawaban pelaku usaha pada konsumen.

Di Indonesia masih banyak konsumen yang lemah akan kesadarannya mengenai haknya sebagai konsumen. Salah satu contohnya yang dialami oleh seorang konsumen yang pernah membeli beberapa rangkaian produk kecantikan pada salah satu *dropshipper* MS Glow melalui *e-commerce* tetapi yang diterima bukanlah rangkaian produk yang konsumen pesan, sehingga konsumen tersebut tidak bisa menggunakan ataupun menikmati rangkaian produk kecantikan yang diinginkan. Tanggung jawab dari pihak pelaku usaha *dropshipper* dan distributor pun tidak ada, justru pelaku usaha saling melempar tanggung jawab. Berdasarkan pengalaman yang disampaikan oleh konsumen, membuat penulis ingin mengetahui bagaimana perlindungan



hukum bagi konsumen dalam transaksi melalui *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*.<sup>7</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang penulis tertarik untuk mengambil judul tentang “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Yang Menggunakan Sistem *Dropship*”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka permasalahan yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam bertransaksi melalui *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship* ?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam bertransaksi melalui *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship* ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di dalam rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam bertransaksi melalui *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam bertransaksi melalui *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*.

---

<sup>7</sup> Hapsari, Konsumen, *Wawancara*, Ngaliyan Semarang, 28 Agustus 2020.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sebagai bahan pengembangan ilmu hukum khususnya di Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu perbedaan tanggung jawab *dropshipper* dengan distributor terhadap hak perlindungan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan masyarakat dalam memperoleh perlindungan hukum apabila haknya sebagai konsumen dirugikan, maka secara tidak langsung juga menyadarkan masyarakat akan pentingnya pemenuhan hak konsumen tersebut.

#### **b. Bagi Pelaku Usaha**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi saran bagi pelaku usaha akan pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi melalui *e-commerce* agar lebih bertanggungjawab dan peduli terhadap hak-hak konsumen sehingga tidak melakukan hal yang dapat merugikan konsumen.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan oleh peneliti ialah metode pendekatan secara yuridis empiris yang bersifat kualitatif. Metode bersifat kualitatif ini merupakan cara kerja peneliti dengan memfokuskan pemahamannya atas rumusan masalah yang ada guna menghubungkannya dengan suatu gejala hukum sebagai satu kesatuan yang utuh.<sup>8</sup> Melalui metode pendekatan ini peneliti akan menganalisa kejadian kenyataan dengan aturan hukum yang ada dengan cara interaksi secara langsung dengan sumber data yang nantinya dapat membantu penulis untuk melengkapi data-data yang diperlukan yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi melalui *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*.

### **2. Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian ini menggunakan spesifikasi penelitian yang deskriptif analitis. Deskriptif analitis yaitu memberi gambaran peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengaitkan teori hukum dengan kenyataan yang ada di lapangan.<sup>9</sup> Penggunaan spesifikasi penelitian deskriptif analitis akan memberikan gambaran secara keseluruhan tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*.

---

<sup>8</sup> Petrus Soerjowinoto,dkk, 2018, *Metode Penulisan Karya Hukum*, Semarang: Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata, hlm. 7.

<sup>9</sup> Mooch.Nazir, 2008, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hlm. 8.

### 3. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah segala informasi terkait tanggung jawab *dropshipper* dan distributor MS Glow Semarang terhadap hak perlindungan konsumen dalam bertransaksi melalui *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*. Penentuan objek penelitian ini menggunakan pengambilan sampel responden dengan *purposive sampling* yaitu menentukan calon sampel secara sengaja sesuai dengan topik penelitian, peneliti memilih subjek atau objek sebagai unit analisis.<sup>10</sup> Kriteria tertentu bagi responden adalah pelaku usaha distributor di Kota Semarang yang menjual produk kecantikan yakni MS Glow Distributor Semarang, pelaku usaha *dropshipper* yang menjual produk kecantikan dari MS Glow melalui *e-commerce* dan konsumen yang dirugikan dalam transaksi tersebut.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data sekunder, yaitu sumber data tersebut merupakan data primer yang telah diolah oleh orang lain.<sup>11</sup> Data sekunder dibagi menjadi 3, yaitu :

---

<sup>10</sup> Djam,an Satori dan Aan Komariah, 2020, cetakan ke-8, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, hlm.60.

<sup>11</sup> Petrus Soerjowinoto,dkk, *op. cit.*, hlm. 16.

1) Bahan Hukum Primer

Penelitian ini menggunakan bahan hukum primer yaitu :

- 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; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder dan bahan hukum primer saling memiliki kaitan yaitu dapat membantu peneliti dalam memahami bahan hukum primer.<sup>12</sup> Bahan hukum sekunder yang dipakai dalam penelitian ini adalah buku-buku, hasil karya ilmiah para sarjana yang terkait dengan perlindungan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

---

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 17.

### 3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau memperjelas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.<sup>13</sup> Bahan hukum tersier dalam penelitian ini yaitu Kamus Besar Bahasa Indonesia, ensiklopedia dan kamus hukum.

### 4) Studi Lapangan

Studi lapangan ini digunakan untuk memperoleh data primer, yaitu sumber data yang didapatkan berasal dari tangan pertama yang artinya data tersebut belum diolah oleh orang lain.<sup>14</sup> Sumber data primer pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara terhadap informan yang ditentukan yaitu :

1. MS Glow sebagai pelaku usaha distributor *e-commerce* di Kota Semarang.
2. Pelaku usaha MS Glow *dropshipper e-commerce* di Kota Semarang.
3. Konsumen yang dirugikan dalam transaksi *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*

## 5. Teknik Pengolahan Data dan Penyajian Data

Data-data yang telah diperoleh akan diolah dengan cara pemeriksaan dan penyuntingan. Setelah pengolahan data selesai kemudian dilakukan penyajian data yang berisi uraian-uraian yang

---

<sup>13</sup>*Ibid.*

<sup>14</sup>*Ibid.*, hal 16.



sistematis guna menjawab penelitian sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

## **6. Teknik Analisa Data**

Proses analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa kualitatif. Data-data yang diperoleh dari responden secara lisan maupun tulisan akan dianalisis dengan teori dan norma hukum yang terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang menggunakan sistem *dropship*, kemudian data tersebut akan disusun secara sistematis sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

## **F. Sistematika Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai teori teori dan norma hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, tinjauan tentang *e-commerce* dan klasifikasi *e-commerce*.

### **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian yang meliputi gambaran umum tentang uraian hubungan hukum antara *dropshipper* dan distributor kepada konsumen, pengaruh adanya perbedaan tanggung jawab *dropshipper* dengan distributor terhadap hak perlindungan konsumen secara hukum, hasil wawancara dengan masyarakat yang memiliki usaha *online shop* yang berbasis sistem *dropship* dan hasil wawancara dari konsumen yang melakukan transaksi pembelian di *e-commerce*.

### **BAB IV PENUTUP**

Bab ini akan berisikan kesimpulan dan saran yang terkait dengan hasil penelitian.

