

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola transaksi masyarakat dari jual beli konvensional menuju jual beli berbasis elektronik. Perubahan tersebut tampak dari semakin seringnya masyarakat menggunakan *e-commerce* untuk membeli barang kebutuhan sehari-hari. Konsumen tidak lagi harus datang langsung ke toko karena pemilihan barang, pembayaran, dan pengiriman dapat dilakukan melalui sistem digital. Kemudahan ini menjadikan *e-commerce* sebagai bagian penting dari kegiatan perdagangan modern.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan bahwa transaksi digital semakin besar dari tahun ke tahun. Laporan Kementerian Perdagangan mencatat bahwa transaksi *e-commerce* pada tahun 2024 mencapai Rp487 triliun setelah sempat menurun pada tahun 2023, dan Bank Indonesia memproyeksikan transaksi tersebut dapat mencapai Rp503 triliun pada tahun 2025. Survei BPS yang dikutip Kementerian Perdagangan juga menunjukkan nilai *transaksi e-commerce* tahun 2024 sebesar Rp1.288,93 triliun, meningkat 17,08 persen dibandingkan tahun 2023.¹ Data tersebut memperlihatkan bahwa meningkatnya transaksi *e-commerce* perlu diikuti dengan penguatan perlindungan hukum bagi konsumen.

¹ Pusat Kebijakan Perdagangan Domestik Badan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan, *Kinerja Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) Indonesia Tahun 2025*, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, 2025, hlm. 1-2

E-commerce memiliki karakter berbeda dari jual beli langsung karena transaksi dilakukan tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Konsumen memilih barang berdasarkan foto, deskripsi produk, ulasan pembeli, rating toko, dan informasi yang tersedia pada *platform*. Konsumen tidak dapat memegang, mencoba, atau memeriksa kondisi barang sebelum pembayaran dilakukan.² Keadaan ini membuat kepercayaan terhadap informasi digital menjadi dasar utama terjadinya transaksi.

Keterbatasan pemeriksaan barang pada transaksi *e-commerce* menimbulkan risiko bagi konsumen. Barang yang terlihat baik pada foto produk belum tentu diterima dalam kondisi yang sama oleh konsumen. Kerusakan dapat baru diketahui setelah barang sampai di alamat pembeli. Pada titik inilah muncul persoalan awal mengenai perlindungan konsumen, terutama ketika barang yang diterima tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Risiko tersebut menjadi lebih besar pada pembelian dengan cara pembayaran *non-COD*. Pada pembayaran *non-COD*, konsumen melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum barang diterima. Konsumen baru dapat memeriksa kondisi barang setelah dana dibayarkan dan barang dikirimkan. Apabila barang yang diterima rusak, konsumen berada pada posisi yang sulit karena prestasi pembayaran telah dipenuhi lebih dahulu.³

² Siti Silviah, Widya Hanifah Lutfianti, dan Ricky Firmansyah, “Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Online pada E-Marketplace di Indonesia”, *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 7 No. 6, Desember 2022, hlm. 670.

³ Vanessa Maharani Wahyuputri, Asianto Nugroho, dan Spto Hermawan, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* Jual Beli Burung Kicauan di Surakarta”, *Al Mikraj: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, Vol. 5 No. 2, Januari-Juni 2025, hlm. 826.

Kerusakan barang dalam transaksi *e-commerce* dapat terjadi karena beberapa faktor. Barang dapat rusak karena sejak awal kualitasnya tidak layak, pengemasan tidak memadai, atau proses pengiriman tidak dilakukan secara hati-hati. Kerusakan juga dapat terjadi karena barang yang dikirim tidak sesuai dengan kondisi yang dijanjikan oleh pelaku usaha.⁴ Keadaan tersebut menimbulkan persoalan mengenai siapa yang harus bertanggung jawab ketika konsumen menerima barang dalam keadaan rusak.

Persoalan tanggung jawab semakin tidak sederhana karena transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak. Selain konsumen dan penjual, terdapat *platform e-commerce*, penyedia sistem pembayaran, serta jasa pengiriman. Masing-masing pihak memiliki peran berbeda sejak barang ditawarkan sampai barang diterima konsumen.⁵ Banyaknya pihak yang terlibat dapat membuat konsumen kesulitan menentukan pihak yang harus dimintai pertanggungjawaban.

Tahap pengiriman menjadi bagian penting dalam transaksi *e-commerce* karena barang yang telah dibayar harus sampai kepada konsumen dalam keadaan layak. Laporan Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa metode pengiriman menjadi salah satu faktor penting dalam perdagangan melalui sistem elektronik, dengan penggunaan jasa pengiriman yang besar pada

⁴ Sri Hartanti, Ariy Khaerudin, dan Yulian Dwi Nurwanti, "Penyelesaian Sengketa antara Pelaku Usaha dengan Konsumen di *Platform Shopee*", *Jurnal Hukum & Pembangunan Masyarakat*, Vol. 17 No. 12, Desember 2025, hlm. 58.

⁵ Sholihan *et al.*, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli yang Tidak Sesuai dengan Perjanjian pada Transaksi *E-commerce*", *Madani: Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, Vol. 16 No. 1, Februari 2024, hlm. 22.

praktik *e-commerce*.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa pemenuhan hak konsumen tidak hanya ditentukan pada saat transaksi disepakati, tetapi juga pada saat barang dikirim dan diterima. Apabila barang rusak pada tahap pengiriman, konsumen sering kali berhadapan dengan penjual, *platform*, dan jasa pengiriman secara bersamaan.

Posisi konsumen dalam transaksi *e-commerce* cenderung lebih lemah dibandingkan pelaku usaha. Konsumen bergantung pada informasi yang disampaikan oleh penjual serta prosedur transaksi yang ditentukan oleh *platform*. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen sering kali tidak setara karena konsumen berada pada posisi yang lebih lemah, sedangkan pelaku usaha memiliki kekuatan sosial dan ekonomi yang lebih besar.⁷ Ketidakseimbangan tersebut menjadi alasan penting perlunya perlindungan hukum bagi konsumen.

Kelemahan posisi konsumen juga tampak dari penggunaan syarat dan ketentuan baku pada *platform e-commerce*. Konsumen biasanya hanya dapat menyetujui ketentuan yang telah disediakan apabila ingin melanjutkan transaksi. Ruang konsumen untuk menawar prosedur pengembalian barang, batas waktu komplain, atau syarat pengembalian dana sangat terbatas.⁸ Keadaan ini dapat menempatkan konsumen pada posisi yang kurang menguntungkan ketika barang yang diterima ternyata rusak.

⁶ Pusat Kebijakan Perdagangan Domestik Badan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan, *op.cit.*, hlm. 4.

⁷ Kadek Sri Candra Laksmi Putri, Ni Ketut Sari Adnyani, dan Made Sugi Hartono, “Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik dan *E-commerce*”, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, Vol. 5 No. 1, Januari 2026, hlm. 941.

⁸ Rizki Ihdan Maulana dan Teddy Prima Anggriawan, “Implikasi Klausula Baku terhadap Perlindungan Konsumen dalam Pengembalian Barang”, *Rawang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis*, Vol. 6 No. 4, 2025, hlm. 4.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi dasar hukum utama untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat penggunaan barang atau jasa. Perlindungan konsumen diperlukan agar kedudukan konsumen lebih seimbang dengan pelaku usaha. Hukum perlindungan konsumen mengatur kegiatan bisnis agar tidak merugikan konsumen dan menjamin perlindungan atas hak-haknya. Dasar tersebut menjadi pijakan untuk menilai persoalan barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan pembayaran *non-COD*.

Hak konsumen menjadi bagian penting yang perlu diperhatikan pada transaksi *e-commerce*. Pasal 4 UUPK memuat hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, informasi yang benar, serta hak memperoleh barang sesuai nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan. Hak konsumen juga mencakup hak untuk didengar keluhannya serta hak memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang tidak sesuai dengan perjanjian. Ketentuan tersebut menjadi ukuran normatif untuk melihat persoalan barang rusak yang diterima konsumen setelah pembayaran *non-COD* dilakukan.

Kewajiban pelaku usaha juga menjadi dasar penting dalam hubungan transaksi digital. Pelaku usaha wajib beritikad baik, memberi informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang, serta menjamin mutu barang yang diperdagangkan. Pelaku usaha juga berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Ketentuan ini menunjukkan adanya standar tanggung

jawab yang perlu diuji ketika konsumen menerima barang rusak pada transaksi *e-commerce*.

Transaksi *e-commerce* menimbulkan persoalan hukum yang khas karena menggunakan sistem elektronik. Persoalan tersebut berkaitan dengan keaslian subjek hukum, saat perjanjian mulai mengikat, objek transaksi, peralihan hak, hubungan hukum para pihak, alat bukti elektronik, serta mekanisme penyelesaian sengketa. *E-commerce* memiliki karakter berbeda dari jual beli konvensional karena menggunakan internet sebagai media transaksi.⁹ Perbedaan tersebut membuat perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* perlu dikaji secara khusus.

Kesenjangan masalah muncul ketika norma hukum telah memberikan hak kepada konsumen, tetapi praktik transaksi *e-commerce* masih menyisakan hambatan. Konsumen yang menerima barang rusak sering harus mengikuti prosedur komplain yang ditentukan oleh *platform*, melengkapi bukti tertentu, dan menunggu penilaian dari penjual atau sistem layanan. Pada beberapa keadaan, keluhan konsumen dapat ditolak karena dianggap melewati batas waktu, bukti tidak lengkap, atau kerusakan dianggap terjadi setelah barang diterima. Kesenjangan antara hak konsumen dan hambatan praktik inilah yang menjadi alasan perlunya penelitian.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai perlindungan konsumen atas rusaknya barang pada pembelian melalui *e-commerce* dengan

⁹ Didik Kusuma Yadi, Muhammad Sood, dan Dwi Martini, “Perlindungan Hukum bagi Para Pihak dalam Transaksi *E-commerce* Menurut Tata Hukum Indonesia”, *Jurnal Commerce Law*, Vol. 2 No. 1, Juni 2022, hlm. 142.

cara pembayaran *non-COD* memiliki dasar masalah yang jelas. Penelitian ini lahir dari meningkatnya transaksi *e-commerce*, karakter pembayaran *non-COD* yang menempatkan konsumen membayar lebih dahulu, risiko kerusakan barang, serta ketidakjelasan tanggung jawab pada rantai transaksi digital. Persoalan tersebut perlu dikaji untuk mengetahui bagaimana pemenuhan hak konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain itu, penelitian ini juga perlu mengkaji upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen ketika menerima barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan pembayaran *non-COD*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada bagian latar belakang, penelitian ini merumuskan pokok masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak konsumen ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pembelian melalui *e-commerce* dengan cara pembayaran *non-COD* terhadap barang yang rusak?
2. Bagaimana upaya hukum litigasi dan nonlitigasi yang dapat dilakukan oleh konsumen yang menerima barang rusak pada pembelian *melalui e-commerce* dengan cara pembayaran *non-COD*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pemenuhan hak konsumen ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pembelian melalui *e-commerce* dengan cara pembayaran *non-COD* terhadap barang yang rusak.
2. Untuk menganalisis pemenuhan hak konsumen ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pembelian melalui *e-commerce* dengan cara pembayaran *non-COD* terhadap barang yang rusak.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan gambaran kontribusi yang dapat diberikan oleh suatu penelitian, baik terhadap pengembangan ilmu pengetahuan maupun terhadap praktik penerapan hukum. Perumusan manfaat penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan nilai kegunaan hasil penelitian bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Berdasarkan hal tersebut, manfaat penelitian ini dibedakan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian hukum perlindungan konsumen, khususnya terkait pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada transaksi *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*. Penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap pola transaksi digital yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung. Kajian ini juga dapat menjadi dasar pemikiran dalam menilai kedudukan konsumen ketika menghadapi kerugian akibat barang rusak setelah pembayaran

dilakukan terlebih dahulu. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan rujukan akademik mengenai upaya hukum litigasi dan nonlitigasi bagi konsumen pada transaksi *e-commerce*.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi konsumen, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman mengenai hak-hak yang dapat dituntut apabila menerima barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*. Konsumen dapat mengetahui bentuk perlindungan hukum yang tersedia, termasuk hak untuk memperoleh ganti rugi, pengembalian dana, penggantian barang, atau penyelesaian sengketa. Penelitian ini juga dapat menjadi pedoman bagi konsumen untuk menentukan langkah hukum yang tepat, baik melalui jalur pengaduan, mediasi, maupun gugatan apabila pelaku usaha tidak bertanggung jawab.
- b. Bagi pelaku usaha, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan evaluasi agar pelaku usaha lebih berhati-hati dalam menjalankan transaksi *e-commerce*, khususnya terkait kualitas barang, proses pengemasan, pengiriman, dan pelayanan pengaduan konsumen. Pelaku usaha dapat memahami kewajiban hukumnya berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sehingga tidak mengabaikan tanggung jawab atas barang rusak yang diterima konsumen. Penelitian ini juga dapat mendorong pelaku usaha

untuk menyusun mekanisme penyelesaian keluhan yang jelas, adil, dan mudah diakses guna menjaga kepercayaan konsumen.

1.5 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian memuat pernyataan bahwa permasalahan yang dikaji belum pernah diteliti dan diselesaikan oleh peneliti sebelumnya, atau setidaknya memiliki perbedaan yang tegas dengan penelitian terdahulu. Bagian ini berfungsi untuk menunjukkan unsur kebaruan penelitian, baik dari segi isu hukum, objek kajian, pendekatan analisis, maupun fokus pembahasan. Keaslian penelitian juga disusun dengan membandingkan penelitian ini terhadap penulisan hukum lain, baik yang berasal dari lingkungan Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur maupun dari luar fakultas tersebut. Perbandingan dilakukan terhadap paling sedikit 3 (tiga) penulisan hukum atau penelitian terdahulu dengan memaparkan beberapa aspek sebagai berikut:

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ecce Jumsa, 2022, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen atas Kerusakan Barang Kiriman di PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Kota Palopo	Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian terbaru terletak pada isu utama yang dikaji, yaitu perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat barang rusak. Keduanya sama-sama menempatkan konsumen sebagai pihak yang memiliki	Perbedaannya terletak pada objek, ruang lingkup, dan fokus kajian penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada kerusakan barang kiriman melalui jasa ekspedisi PT. JNE, termasuk hubungan perjanjian pengiriman, sistem ganti rugi, dan

		hak untuk memperoleh perlindungan, pertanggungjawaban, dan ganti rugi atas kerusakan barang.	perlindungan menurut Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian terbaru berfokus pada pemenuhan hak konsumen dalam pembelian melalui <i>e-commerce</i> dengan metode pembayaran <i>non-COD</i> terhadap barang yang rusak.
2	Halimatussya' Diah, 2021, Perlindungan hukum bagi konsumen atas hilang atau rusaknya Barang Kiriman (Studi Dalam Perjanjian Kerjasama Antara Perum BULOG Sumut Dengan JPL	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian terbaru terletak pada pembahasan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat barang rusak. Kedua penelitian sama-sama menempatkan konsumen sebagai pihak yang memiliki hak untuk memperoleh perlindungan dan pertanggungjawaban dari pihak yang berkewajiban.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian terbaru terletak pada objek, ruang lingkup, dan fokus kajiannya. Penelitian terdahulu membahas perlindungan hukum bagi konsumen atas hilang atau rusaknya barang kiriman berdasarkan perjanjian kerja sama antara Perum BULOG Sumut dengan JPL. Penelitian terbaru membahas pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada pembelian melalui <i>e-commerce</i> dengan metode pembayaran <i>non-COD</i> .
3	Muhammad Ghiyatsulmaula Al	Persamaan penelitian terdahulu dengan	Perbedaan penelitian terdahulu dengan

	Furqoni, 2025, Perlindungan Konsumen atas Kerusakan atau Hilangnya Barang pada Jasa Ekspedisi (Studi kasus PT Shopee Express Hub Ngaglik)	penelitian terbaru terletak pada isu perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat barang rusak. Kedua penelitian sama-sama menempatkan konsumen sebagai pihak yang perlu memperoleh perlindungan dan pertanggungjawaban dari pihak yang terlibat dalam transaksi maupun pengiriman barang.	penelitian terbaru terletak pada objek, ruang lingkup, dan fokus pembahasannya. Penelitian terdahulu membahas perlindungan konsumen atas barang yang rusak atau hilang saat proses pengiriman di Shopee Express Hub Ngaglik serta bentuk tanggung jawab pihak jasa ekspedisi. Penelitian terbaru membahas pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada pembelian melalui <i>e-commerce</i> dengan metode pembayaran <i>non-COD</i>.
--	--	--	---

Keaslian penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak membahas kerusakan atau kehilangan barang pada proses pengiriman oleh jasa ekspedisi tertentu, penelitian ini menempatkan transaksi *e-commerce* sebagai titik utama pembahasan. Penelitian ini juga tidak hanya mengkaji tanggung jawab atas barang rusak, tetapi menelaah kedudukan konsumen setelah pembayaran dilakukan terlebih dahulu dan barang yang diterima tidak sesuai dengan keadaan yang semestinya. Selain itu, penelitian ini membahas

pilihan upaya hukum litigasi dan nonlitigasi yang dapat ditempuh konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kebaruan penelitian ini tampak pada penggabungan isu pemenuhan hak konsumen, sistem pembayaran *non-COD*, kerusakan barang, serta mekanisme penyelesaian sengketa pada transaksi *e-commerce*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang mengkaji peraturan perundang-undangan, asas hukum, dan doktrin hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen atas barang rusak pada transaksi *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*. Penelitian ini menitikberatkan kajian pada norma hukum yang mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa apabila konsumen menerima barang yang rusak. Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitis, karena penelitian ini menggambarkan pengaturan hukum yang berlaku sekaligus menganalisis penerapannya terhadap permasalahan yang diteliti. Melalui sifat tersebut, penelitian ini diarahkan untuk memperoleh penjelasan hukum mengenai pemenuhan hak konsumen dan upaya hukum yang dapat ditempuh berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

1.6.2 Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen, transaksi elektronik, tanggung jawab pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, tanggung jawab atas barang rusak, serta upaya hukum litigasi dan nonlitigasi pada transaksi *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*. Melalui kedua pendekatan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk memperoleh dasar analisis hukum yang tepat terhadap pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce*.

1.6.3 Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

- 2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843).
- 3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952).
- 4) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905).
- 5) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420).
- 6) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran

Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420).

7) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1039).

8) Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1172).

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder meliputi jurnal hukum, artikel ilmiah, hasil penelitian, dan pendapat hukum yang membahas perlindungan konsumen pada transaksi *e-commerce*, khususnya mengenai barang rusak dan pembayaran *non-COD*.

c. Bahan Hukum tersier

Bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan sumber penunjang lain yang digunakan untuk memperjelas istilah serta konsep hukum yang digunakan dalam penelitian ini.

1.6.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Prosedur pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menelusuri, menginventarisasi, dan mengkaji bahan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen pada transaksi *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*.

Pengumpulan bahan hukum primer dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, transaksi elektronik, perdagangan melalui sistem elektronik, serta penyelesaian sengketa konsumen. Bahan hukum sekunder dikumpulkan melalui buku hukum, jurnal ilmiah, artikel hukum, hasil penelitian, dan sumber akademik lain yang mendukung pembahasan masalah penelitian. Seluruh bahan hukum yang telah terkumpul kemudian diklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah agar dapat digunakan sebagai dasar analisis hukum secara sistematis.

1.6.5 Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menelaah bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang telah dikumpulkan. Bahan hukum tersebut dianalisis melalui penafsiran hukum terhadap ketentuan yang mengatur perlindungan konsumen, transaksi *e-commerce*, tanggung jawab pelaku usaha, serta penyelesaian sengketa konsumen. Hasil analisis kemudian disusun secara deskriptif untuk menjelaskan pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*. Analisis ini diarahkan untuk memperoleh jawaban hukum atas rumusan masalah serta memberikan argumentasi mengenai upaya hukum litigasi dan nonlitigasi yang dapat ditempuh oleh konsumen.

1.6.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan dan pembahasan penelitian hukum ini, penulis memberikan gambaran yang jelas mengenai susunan isi penelitian. Penulisan skripsi ini disusun menjadi IV (empat) bab yang masing-masing memuat pembahasan secara runtut sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti. Sistematika penulisan ini bertujuan agar pembaca dapat mengikuti alur pembahasan sejak bagian pendahuluan sampai dengan bagian penutup. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab Pertama merupakan bab pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, metode penelitian, dan, tinjauan pustaka. Bab ini menjelaskan dasar pemikiran penulis dalam mengangkat permasalahan mengenai pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD*. Selain itu, bab ini juga memuat arah penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan hukum yang telah dirumuskan.

Bab Kedua merupakan bab pembahasan rumusan masalah pertama. Bab ini membahas dan menganalisis pemenuhan hak konsumen atas barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan metode pembayaran *non-COD* ditinjau berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pembahasan

dilakukan dengan menggunakan konsep, teori, dan dasar hukum yang relevan untuk menjawab rumusan masalah pertama.

Bab Ketiga merupakan bab pembahasan yang menjawab rumusan masalah kedua mengenai upaya hukum litigasi dan nonlitigasi bagi konsumen yang menerima barang rusak pada pembelian melalui *e-commerce* dengan cara pembayaran *non-COD*. Pembahasan mencakup upaya penyelesaian sengketa melalui jalur nonlitigasi maupun litigasi berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. Analisis diarahkan pada dasar hukum, prosedur, serta bentuk pemulihan hak yang dapat diperoleh konsumen melalui masing-masing jalur penyelesaian sengketa.

Bab Keempat merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi jawaban atas rumusan masalah yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Saran berisi masukan yang ditujukan kepada konsumen, pelaku usaha, penyelenggara *e-commerce*, dan pihak terkait lainnya agar perlindungan hak konsumen pada transaksi *e-commerce* dapat berjalan lebih baik. Bab ini menjadi bagian akhir dari keseluruhan pembahasan penelitian.

1.7 Tinjauan Pustaka

1.7.1 Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

1.7.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan upaya hukum untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen ketika menggunakan barang dan/atau jasa. Pengertian tersebut sejalan dengan Pasal 1 angka 1 UUPK, yang

menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Rumusan ini menempatkan perlindungan konsumen sebagai sistem hukum, bukan sekadar bantuan setelah konsumen mengalami kerugian. Kepastian hukum menjadi unsur utama karena konsumen harus mengetahui haknya, sedangkan pelaku usaha harus mengetahui batas kewajibannya.¹⁰

Perlindungan konsumen lahir karena hubungan antara konsumen dan pelaku usaha tidak selalu berada pada posisi yang seimbang. Pelaku usaha memiliki penguasaan lebih besar atas produksi, informasi, pemasaran, serta syarat transaksi. Konsumen sering hanya berada pada posisi menerima barang, jasa, informasi, dan ketentuan yang telah ditetapkan secara sepihak.¹¹ Keadaan tersebut membuat perlindungan hukum dibutuhkan agar konsumen tidak menjadi pihak yang mudah dirugikan.

Pengertian perlindungan konsumen juga berkaitan dengan pencegahan terhadap praktik perdagangan yang tidak adil atau melawan hukum. Perlindungan tidak hanya diberikan ketika barang atau jasa telah menimbulkan kerugian, tetapi juga sejak tahap penawaran, promosi, perjanjian, pelaksanaan transaksi, hingga penyelesaian sengketa.¹²

¹⁰ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 21.

¹¹ *Ibid.*

¹² Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*, CV Pustaka Bengawan, Surakarta, 2017, hlm. 9.

Cakupan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak berhenti pada hubungan jual beli semata. Perlindungan tersebut mencakup keamanan barang, kebenaran informasi, kesesuaian kualitas, serta keadilan syarat yang dibebankan kepada konsumen.

Pasal 1 angka 2 UUPK menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan. Berdasarkan pengertian ini, konsumen yang dilindungi terutama adalah konsumen akhir. Konsumen akhir menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, bukan untuk dijual kembali.¹³ Batasan tersebut penting karena menentukan siapa pihak yang berhak menuntut perlindungan berdasarkan UUPK.

Perlindungan konsumen memiliki dasar yang kuat karena UUPK tidak hanya mengatur hak konsumen, tetapi juga asas dan tujuan penyelenggaraannya. Pasal 2 UUPK menyebutkan asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Pasal 3 UUPK menegaskan tujuan perlindungan konsumen, antara lain meningkatkan kesadaran dan kemandirian konsumen, mengangkat harkat dan martabat konsumen, serta menciptakan sistem perlindungan yang memuat kepastian hukum dan keterbukaan informasi. Dengan dasar tersebut, perlindungan konsumen

¹³ *Ibid.*, hlm. 12.

tidak hanya bersifat individual, tetapi juga berkaitan dengan tertib usaha dan kepentingan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, perlindungan konsumen dapat dimaknai sebagai perangkat hukum yang mengatur hubungan antara konsumen, pelaku usaha, dan negara agar hak konsumen terlindungi secara adil. Perlindungan ini mencakup tindakan preventif melalui pengaturan standar informasi, keamanan, dan larangan bagi pelaku usaha. Perlindungan juga mencakup tindakan represif melalui mekanisme ganti rugi, penyelesaian sengketa, serta sanksi terhadap pelanggaran. Pengertian perlindungan konsumen pada akhirnya menegaskan bahwa kegiatan usaha harus berjalan tanpa mengabaikan keselamatan, hak, dan kedudukan hukum konsumen.

1.7.1.2 Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Dasar hukum perlindungan konsumen berawal dari kewajiban negara untuk melindungi warga negara dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan barang dan/atau jasa. Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menegaskan bahwa tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Ketentuan tersebut berkaitan dengan kebutuhan masyarakat atas barang dan jasa yang cukup, bermutu, dan terjangkau. Pasal 33 ayat (1) dan ayat (4) UUD NRI Tahun 1945 juga menjadi dasar karena perekonomian nasional harus disusun atas asas kekeluargaan,

kebersamaan, efisiensi berkeadilan, serta keseimbangan kemajuan ekonomi nasional.¹⁴

UUPK menjadi dasar hukum utama dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia. Undang-undang ini disahkan pada 20 April 1999 setelah kebutuhan terhadap aturan perlindungan konsumen diperjuangkan dalam waktu yang panjang. Pasal 1 angka 1 UUPK menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Rumusan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya bersifat sosial, tetapi juga memiliki dasar yuridis yang mengikat konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.¹⁵

Pengaturan dalam UUPK memberikan dasar yang lebih rinci mengenai hak dan kewajiban para pihak. Pasal 4 mengatur hak konsumen, sedangkan Pasal 5 mengatur kewajiban konsumen. Pasal 6 mengatur hak pelaku usaha, sedangkan Pasal 7 mengatur kewajiban pelaku usaha. Larangan bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17, sedangkan larangan pencantuman klausula baku tertentu diatur dalam Pasal 18. Ketentuan tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen antara lain terdapat dalam Pasal 19, Pasal 23, Pasal 24, Pasal 25, Pasal 27, dan Pasal 28 UUPK.

¹⁴ Zulham, *op.cit.*, hlm. 6.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 7.

Selain UUPK, dasar hukum perlindungan konsumen juga tersebar pada beberapa peraturan lain. Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dapat digunakan apabila konsumen mengalami kerugian akibat perbuatan melawan hukum. Ketentuan pidana dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana juga dapat digunakan apabila perbuatan pelaku usaha memenuhi unsur tindak pidana, seperti penipuan, pemalsuan, atau perbuatan curang. Perlindungan konsumen juga berkaitan dengan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, terutama pada bidang pengangkutan, asuransi, surat berharga, dan kepailitan.¹⁶

Perangkat pelaksana UUPK juga menjadi bagian penting dari dasar hukum perlindungan konsumen. Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 mengatur Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 mengatur pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 mengatur Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 menjadi dasar pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di sejumlah kota, disertai pengaturan teknis melalui Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 301/MPP/KEP/10/2001 serta Nomor 302/MPP/KEP/10/2001. Dasar hukum tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya

¹⁶ Rafi Erdian Wibowo dan Gunawan Djajaputra, “Perlindungan Hukum Konsumen atas Penjualan Properti Menggunakan Sistem *Pre Project Selling*”, *UNES Law Review*, Vol. 6 No. 4, Juni 2024, hlm. 10245.

bertumpu pada norma hak dan kewajiban, tetapi juga pada kelembagaan, pengawasan, dan penyelesaian sengketa.

1.7.1.3 Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen

Prinsip-prinsip perlindungan konsumen merupakan dasar yang mengarahkan hubungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan negara. Prinsip tersebut diperlukan karena kegiatan usaha tidak hanya berhubungan dengan keuntungan, tetapi juga menyangkut keamanan, keadilan, dan kepastian bagi pihak yang menggunakan barang dan/atau jasa. Pasal 2 UUPK menyebutkan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan berdasarkan asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Kelima asas tersebut menjadi pijakan utama untuk menilai apakah suatu kegiatan usaha telah memberikan perlindungan yang layak kepada konsumen.

Prinsip manfaat menekankan bahwa setiap penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi faedah bagi konsumen dan pelaku usaha. Konsumen memperoleh perlindungan atas hak, keamanan, dan kepentingannya ketika menggunakan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha juga memperoleh manfaat karena aturan yang jelas dapat mendorong persaingan usaha yang sehat. Prinsip ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk melemahkan kegiatan

usaha, melainkan menata kegiatan usaha agar berjalan secara bertanggung jawab.¹⁷

Prinsip keadilan menempatkan konsumen dan pelaku usaha sebagai subjek hukum yang sama-sama memiliki hak dan kewajiban. Konsumen berhak memperoleh barang dan/atau jasa yang aman, informasi yang benar, serta penyelesaian apabila mengalami kerugian. Pelaku usaha berhak memperoleh pembayaran sesuai nilai tukar yang disepakati, tetapi wajib beritikad baik dan bertanggung jawab atas barang atau jasa yang ditawarkan. Prinsip ini penting karena perlindungan konsumen tidak boleh hanya menguntungkan satu pihak, melainkan harus memberikan ruang yang adil bagi para pihak.¹⁸

Prinsip keseimbangan berfungsi untuk menjaga hubungan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Konsumen sering berada pada posisi yang lebih lemah karena tidak menguasai informasi, proses produksi, dan syarat transaksi. Pelaku usaha memiliki posisi lebih kuat karena dapat menentukan standar produk, promosi, dan perjanjian baku. Keseimbangan diperlukan agar kedudukan konsumen tidak selalu tunduk pada kehendak pelaku usaha, serta agar pemerintah dapat hadir sebagai pengawas melalui peraturan dan kelembagaan perlindungan konsumen.¹⁹

¹⁷ Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Lembaga Fatimah Azzahrah, Yogyakarta, 2022, hlm. 18.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

Prinsip keamanan dan keselamatan konsumen menegaskan bahwa barang dan/atau jasa yang beredar harus aman untuk digunakan, dipakai, atau dimanfaatkan. Pasal 4 huruf a UUPK memberikan hak kepada konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan ketika mengonsumsi barang dan/atau jasa. Prinsip ini berkaitan langsung dengan kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan produk yang tidak membahayakan kesehatan, keselamatan, maupun kepentingan konsumen.²⁰ Apabila barang atau jasa menimbulkan kerugian karena cacat, tidak sesuai standar, atau tidak sesuai informasi, konsumen berhak meminta pertanggungjawaban.

Prinsip kepastian hukum menghendaki agar hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha diatur secara jelas. Kepastian hukum membuat konsumen dapat mengetahui dasar untuk menuntut haknya ketika mengalami kerugian. Pelaku usaha juga mengetahui batas perbuatan yang diperbolehkan dan dilarang dalam menawarkan barang atau jasa. Pasal 3 UUPK menegaskan bahwa perlindungan konsumen bertujuan menciptakan sistem yang memuat unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk memperoleh informasi.²¹

Prinsip perlindungan konsumen juga berkaitan dengan perubahan cara pandang terhadap tanggung jawab pelaku usaha. Hubungan hukum yang dahulu cenderung menempatkan pembeli sebagai pihak yang harus

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*, hlm. 19.

berhati-hati bergerak menuju pandangan bahwa penjual juga harus bertanggung jawab atas produk yang diedarkan. Arah ini tampak pada prinsip tanggung jawab produk, termasuk tanggung jawab atas kerugian akibat produk cacat atau tidak aman.²² Prinsip tersebut memperkuat kedudukan konsumen karena beban perlindungan tidak hanya diletakkan pada kehati-hatian konsumen, tetapi juga pada kewajiban pelaku usaha untuk menjamin mutu, keamanan, dan kebenaran informasi produk.

1.7.2 Tinjauan Umum tentang *E-commerce*

1.7.2.1 Pengertian

E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang dilakukan melalui internet atau *platform* elektronik. Kegiatan ini mencakup pembelian dan penjualan barang atau jasa tanpa menuntut kehadiran fisik penjual dan pembeli pada tempat yang sama. Transaksi dilakukan dengan bantuan perangkat digital, jaringan internet, sistem pembayaran, serta sarana komunikasi elektronik.²³ Pengertian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* bukan sekadar toko online, melainkan cara baru dalam melakukan hubungan dagang.

E-commerce dapat dimaknai sebagai transaksi antara penjual dan pembeli, atau pihak lain, yang terikat dalam hubungan perjanjian untuk menyerahkan barang, jasa, atau hak tertentu. Ciri utamanya terletak pada

²² Fransisca Yanita Prawitasari, Heru Saputra Lumban Gaol, dan Veronica Jessica Prawidyasari, "Implementasi Prinsip *Caveat Emptor* dan *Caveat Venditor* dalam Kasus Peredaran Jamu Kuat Mengandung Bahan Kimia Obat", *Kertha Patrika*, Vol. 44 No. 1, April 2022, hlm. 117.

²³ Filep Wamafma *et al.*, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce*, Penerbit Amerta Media, Purwokerto, 2023, hlm. 7-8.

penggunaan media elektronik sebagai sarana terjadinya transaksi. Kehadiran para pihak secara fisik tidak menjadi syarat utama karena komunikasi, pemesanan, pembayaran, dan konfirmasi dapat dilakukan secara daring. Unsur pokoknya meliputi adanya para pihak, media elektronik, dan tujuan memperdagangkan barang atau jasa.²⁴

Konsep *e-commerce* bertumpu pada pemanfaatan teknologi informasi untuk mempercepat kegiatan bisnis. Penjual dapat menawarkan barang atau jasa melalui situs web, aplikasi, media sosial, atau lokapasar digital. Konsumen dapat menelusuri produk, membandingkan harga, membaca ulasan, dan mengambil keputusan pembelian melalui perangkat elektronik. Hubungan dagang yang sebelumnya bergantung pada pertemuan langsung berubah menjadi hubungan berbasis data, sistem, dan kepercayaan digital.²⁵

E-commerce juga memperluas cara pelaku usaha dan konsumen berinteraksi secara ekonomi. Penjual tidak lagi hanya mengandalkan toko fisik untuk menjangkau pembeli. Konsumen juga tidak dibatasi oleh waktu dan lokasi untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Perubahan ini menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu sarana utama dalam perkembangan perdagangan modern.

Pengertian *e-commerce* dalam kajian hukum perlu dilihat sebagai hubungan transaksi yang menimbulkan hak dan kewajiban. Setiap

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*, hlm. 4.

penawaran, pemesanan, pembayaran, pengiriman, dan komplain konsumen memiliki akibat hukum bagi para pihak. Hubungan tersebut tetap tunduk pada prinsip perjanjian, perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, dan pembuktian elektronik. *E-commerce* dengan demikian merupakan perdagangan berbasis elektronik yang menggabungkan aspek bisnis, teknologi, dan hukum.

1.7.2.2 Ruang Lingkup *E-commerce*

Ruang lingkup *e-commerce* memiliki jangkauan yang luas karena tidak hanya mencakup jual beli barang. Kegiatan ini juga meliputi penawaran jasa, pertukaran informasi, pemasaran, pembayaran elektronik, pengiriman barang, serta pelayanan setelah transaksi. Teknologi internet memungkinkan kegiatan dagang berlangsung lintas wilayah tanpa batas negara secara langsung. Ruang lingkup tersebut membuat *e-commerce* dapat digunakan oleh individu, perusahaan, lembaga, maupun konsumen akhir.

Business to business merupakan salah satu ruang lingkup *e-commerce* yang terjadi antara pelaku usaha. Model ini biasanya digunakan oleh dua perusahaan atau lebih untuk memenuhi kebutuhan produksi, distribusi, atau operasional bisnis. Transaksi *business to business* sering dilakukan dalam jumlah besar, berulang, dan didasarkan pada hubungan bisnis yang telah terbangun. Pertukaran informasi pada

model ini bertumpu pada kebutuhan, kepercayaan, dan kesepakatan para pihak.²⁶

Business to consumer merupakan model *e-commerce* yang mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen akhir. Model ini paling mudah ditemukan pada toko online, aplikasi lokapasar, dan *platform* penjualan produk secara langsung kepada masyarakat. Informasi produk biasanya disediakan secara terbuka agar konsumen dapat memilih barang atau jasa sesuai kebutuhannya. Karakter model ini cenderung sederhana, cepat, dan banyak menggunakan syarat baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha atau *platform*.²⁷

Consumer to consumer juga termasuk ruang lingkup *e-commerce* karena transaksi dapat terjadi antar konsumen. Model ini tampak pada kegiatan jual beli barang bekas, lelang daring, atau penjualan langsung melalui *platform* yang mempertemukan pengguna. Selain itu, *e-commerce* juga dapat berkembang ke bentuk *business to government*, *government to consumer*, dan model lain sesuai jenis hubungan transaksinya.²⁸ Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak terbatas pada hubungan penjual profesional dengan pembeli perorangan.

²⁶ Esti Royani, Fitriyah, dan Yeni Yahdiani, *Rekonstruksi Hukum E-commerce di Indonesia*, CV Amerta Media, Purwokerto, 2023, hlm. 14.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 15.

²⁸ *Ibid.*

Ruang lingkup *e-commerce* juga dapat dilihat dari sektor kegiatan yang menggunakan sistem elektronik. Sektor ritel, manufaktur, distribusi, jasa, hiburan, kesehatan, farmasi, dan pendidikan dapat memanfaatkan *platform* digital untuk menawarkan barang atau layanan. Kegiatan ini tidak berhenti pada promosi, tetapi juga mencakup pemesanan, pembayaran, pengiriman, dan pelayanan konsumen. Batas ruang lingkup *e-commerce* akhirnya ditentukan oleh jenis transaksi, pihak yang terlibat, objek yang diperdagangkan, dan sistem elektronik yang digunakan.

1.7.2.3 Mekanisme *E-commerce*

Mekanisme *e-commerce* dimulai dari tahap pertukaran informasi antara penjual dan calon pembeli. Calon pembeli biasanya melakukan pencarian melalui internet untuk memperoleh keterangan mengenai barang atau jasa tertentu. Informasi dapat berasal dari iklan, katalog digital, deskripsi produk, ulasan pengguna, atau data lain yang disediakan oleh pelaku usaha.²⁹ Tahap ini menjadi dasar bagi konsumen untuk menilai kelayakan produk sebelum melakukan pemesanan.

Tahap berikutnya adalah pemesanan secara daring melalui sistem yang disediakan oleh penjual atau *platform*. Konsumen memilih produk, mengisi data pemesanan, menentukan jumlah barang, memilih metode pengiriman, dan melakukan konfirmasi pesanan. Pada tahap ini, pelaku usaha perlu menyediakan pusat data yang memuat informasi produk, harga, stok, syarat pembelian, dan tata cara transaksi. Konfirmasi pesanan

²⁹ Neny Rosmawarni *et al.*, *E-commerce*, PT Penamuda Media, Yogyakarta, 2024, hlm. 49.

menjadi bagian penting karena menunjukkan adanya kehendak konsumen untuk melanjutkan transaksi.³⁰

Transaksi daring kemudian bergerak pada tahap pembentukan hubungan jual beli. Para pihak dapat melakukan komunikasi melalui pesan, fitur percakapan, panggilan suara, atau sarana elektronik lain. Negosiasi harga, kesesuaian produk, waktu pengiriman, dan syarat pengembalian dapat dilakukan sebelum pembayaran diselesaikan. Kesepakatan yang terbentuk melalui sistem elektronik tetap memiliki arti hukum karena menunjukkan persetujuan para pihak.

Pembayaran elektronik menjadi tahapan penting dalam mekanisme *e-commerce*. Pembayaran dapat dilakukan melalui transfer bank, dompet digital, kartu pembayaran, payment gateway, atau sistem pembayaran lain yang tersedia. Pada sistem tertentu, lembaga keuangan atau penyedia pembayaran bekerja sama dengan *platform* agar transaksi dapat diproses secara aman. Setelah pembayaran terverifikasi, penjual memiliki kewajiban untuk memproses pesanan dan menyerahkan barang atau jasa sesuai kesepakatan.³¹

Mekanisme *e-commerce* tidak selesai pada pembayaran karena masih terdapat tahap pengiriman dan pelayanan setelah transaksi. Barang yang telah dibeli perlu dikemas, diserahkan kepada jasa pengiriman, dilacak perjalanannya, dan diterima oleh konsumen. Konsumen kemudian

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*, hlm. 51.

dapat memeriksa kesesuaian barang dengan pesanan, mengajukan komplain, meminta pengembalian dana, atau menempuh penyelesaian sengketa apabila terjadi kerugian.³² Rangkaian mekanisme ini menunjukkan bahwa *e-commerce* melibatkan penjual, konsumen, *platform*, penyedia pembayaran, dan jasa pengiriman sebagai pihak yang saling berkaitan.

³² *Ibid.*, hlm. 53.