

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang dipenuhi dengan kecanggihan yang kita rasakan saat ini, salah satu faktor pendukungnya adalah atas kemajuan dari teknologi Internet. Internet merupakan istilah yang terbentuk dari kata *interconnected networking* yang berarti sebuah dunia dalam jaringan komputer (interkoneksi) di seluruh dunia. Atas kemajuan dari internet, menjadi babak baru bagi perkembangan informasi dan komunikasi, karena fungsi dari internet sendiri ialah sebagai wadah untuk melakukan kegiatan komunikasi, penyedia informasi, juga fasilitas promosi.¹

Dewasa ini atas kemajuan dari teknologi internet, komunikasi dan media informasi telah menghasilkan suatu peluang bisnis baru, yakni bisnis *electronic commerce* atau lebih familiar dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* dapat diartikan sebagai kegiatan perdagangan seperti pemasaran, pengiklanan, promosi, tawar-menawar, dan pemesanan barang dan/atau jasa yang dilakukan secara digital melalui internet. Transaksi dagang yang dilakukan secara digital melalui internet, hal ini melekat menjadi salah satu karakteristik dari *e-commerce*. Adapun karakteristik lain dari *e-commerce* ini meliputi, adanya para pihak yang

¹ Alcianno G Gani, "Pengenalan Teknologiternet Serta Dampaknya," Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma (2018). hlm. 72.

berkepentingan (pelaku usaha dan konsumen), terjadinya suatu transaksi dagang, dan transaksi dapat dilaksanakan tanpa terjadi antara pelaku usaha dan konsumen.²

Banyaknya manfaat dan kemudahan yang didapatkan dalam melakukan bisnis *e-commerce* ini tentu saja tidak disia-siakan oleh pelaku usaha di Indonesia. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, yang dalam semester satu tahun 2022 ini tercatat sebanyak 275.361.267 jumlah penduduk di Indonesia³, Berdasarkan data yang dicatatkan oleh Asosiasi *e-commerce* Indonesia (idEA) di tahun 2022 terdapat setidaknya 19 juta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) beralih jualan ke platform digital.⁴ Platform yang digunakan tentu beragam, mulai dari platform media sosial seperti, Facebook, Instagram, dan media sosial lainnya, Kemudian selain platform media sosial, terdapat juga platform berupa aplikasi *online* yang dapat diinstal melalui ponsel pintar, seperti Shopee, Tokopedia, GoJek, dan platform aplikasi *online* lainnya.

Saat ini terdapat begitu banyak platform aplikasi *online* yang tersedia di internet, salah satunya adalah aplikasi GoJek yang ditawarkan oleh PT Goto Gojek Tokopedia Tbk. GoJek merupakan sebuah platform aplikasi perangkat lunak yang diciptakan oleh putra Indonesia, di dalam aplikasi GoJek menyediakan berbagai jasa layanan ojek *online*.⁵

² Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis e-commerce Prespektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insnia Press, 2004). hlm. 15.

³ Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil, “Dukcapil Kemendagri Rilis Data Penduduk Semester I Tahun 2022, Naik 0,54% Dalam Waktu 6 Bulan.,” diakses Oktober 9, 2022, <https://www.dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1396/dukcapil-kemendagri-rilis-data-penduduk-semester-i-tahun-2022-naik-054-dalam-waktu-6-bulan>.

⁴ Desy Setyowati, “19 Juta UMKM Indonesia Beralih ke Digital, Makin Mendekati Target - *e-commerce*,” diakses Oktober 9, 2022, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/624bbb91d24d0/19-juta-umkm-indonesia-beralih-ke-digital-makin-mendekati-target>.

⁵ Gojek, “Tentang Gojek,” diakses Oktober 12, 2022, <https://www.gojek.com/id-id/about/>.

GoJek merupakan salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari jumlah total unduhan di *app store* tercatat bahwa aplikasi GoJek telah diunduh lebih dari seratus juta kali, yang menandakan begitu banyak dan luasnya pengguna aplikasi GoJek ini, baik itu pengguna layanan jasa (konsumen) ataupun pengguna yang bekerjasama dengan GoJek (mitra GoJek).

Pada aplikasi GoJek di dalamnya terdapat beragam layanan yang ditawarkan, sampai saat penelitian ini penulis tuliskan, terdapat setidaknya dua puluh dua layanan jasa yang dapat pengguna manfaatkan, dari banyaknya layanan yang ditawarkan tersebut terdapat sebuah layanan yang menjadi salah satu andalan GoJek, yakni layanan GoFood. Layanan GoFood merupakan sebuah layanan jasa yang menawarkan pembelian dan pengantaran makanan dan/atau minuman secara *online* melalui jasa ojek, yang mana pengguna layanan GoFood dapat memilih berbagai menu yang tersedia dan melakukan pembelian pada restoran atau rumah makan yang telah bekerjasama sebagai mitra GoFood yang selanjutnya disebut *merchant* GoFood.⁶

Secara hukum transaksi yang terjadi dalam layanan GoFood ini merupakan aktivitas jual-beli yang dilakukan antara *merchant* GoFood dan konsumen GoFood yang diselenggarakan oleh GoJek dalam sebuah aplikasi. Pada saat pertama kali mengakses aplikasi, pengguna akan diberikan syarat dan ketentuan untuk dibaca dan dipahami, syarat dan ketentuan sederhananya adalah dokumen untuk menentukan persyaratan kontrak antara penyelenggara aplikasi dan pengguna

⁶ Gojek, "Tentang GoFood," diakses November 1, 2022, <https://www.gojek.com/gofood/partner-center/faq/gofood/about-gofood>.

aplikasi. Berdasarkan Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Selanjutnya disingkat KUH Perdata), Perjanjian jual-beli merupakan perjanjian yang bersifat konsensual, yang berarti perjanjian lahir apabila kedua pihak yang berkepentingan telah sepakat akan barang dan harga, hal ini juga berlaku dalam hal barang belum diserahkan dan harga belum dibayarkan.⁷

Layanan GoFood dikatakan sebagai salah satu layanan andalan pada aplikasi GoJek, hal ini dibuktikan dari peringkat penggunaan layanan, pada tahun 2015 fitur GoFood saat pertama kali diluncurkan hanya beroperasi di daerah Jabodetabek, namun saat ini telah berkembang dan hadir di dua ratus empat kota dan kabupaten di Indonesia, serta lima negara di Asia Tenggara.⁸

Atas tingginya jumlah pengguna layanan jasa dalam aplikasi GoJek ini terkhusus pada layanan GoFood, maka resiko terjadinya suatu pelanggaran di dalam aplikasi GoJek ini sangat tinggi. Sudah dua belas tahun lamanya GoJek beroperasi, di lapangan terdapat cukup banyak permasalahan yang didapati oleh konsumen, permasalahan tersebut salah satunya adalah terkait ketidaksesuaian harga pada layanan GoFood. Masalah umum yang ditemukan terkait ketidaksesuaian harga ini ialah adanya perbedaan jumlah harga antara yang dipesan di aplikasi dengan yang ditagihkan oleh pihak *driver*. Sebagai gambaran permasalahan, penulis menyajikan pengalaman salah seorang konsumen layanan GoFood:

⁷ Riduan Syahrani, *Seluk-beluk dan asas-asas Hukum Perdata*, Edisi Keempat. (Bandung: PT Alumni, 2018). hlm. 245.

⁸ Zakariansyah F, “*Pengaruh Iklan, Diskon, dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Timur)*” (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2021). hlm. 3.

”Ibu Dinda Tiara seorang pengguna layanan GoFood yang merupakan mahasiswa di Pekanbaru, Riau, pada Maret 2022 melakukan pemesanan makanan di salah satu *merchant* GoFood (inisial A G T D) melalui aplikasi GoJek, dengan metode pembayaran *cash on delivery* atau COD, awalnya di dalam rincian total aplikasi harga total (makanan + pajak + *driver*) adalah Rp 23.000., namun ketika pesanan sudah diantarkan oleh pihak *driver* ke alamat tujuan jumlah tagihan berubah menjadi Rp 26.500., perubahan harga ini terjadi tanpa adanya konfirmasi terlebih dahulu ke pihak konsumen”⁹

Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari situs GoJek, seharusnya harga yang tertera di aplikasi merupakan harga akhir, terjadinya ketidaksesuaian harga yang didapati konsumen ini didasari atas tiga hal, yakni:¹⁰

- a. Tidak tersedianya menu yang dipesan oleh konsumen, sehingga konsumen harus mengganti pesanan tersebut.
- b. Harga yang tertera dalam layanan GoFood belum termasuk harga akhir (belum ditambahkan PPN 10% dan biaya pelayanan)
- c. Harga menu yang tertera di dalam layanan GoFood bukan merupakan harga yang terbaru.

Namun demikian, Permasalahan ketidaksesuaian harga yang terjadi pada layanan GoFood ini tidak serta merta merupakan kesalahan *merchant* sepihak. GoJek selaku penyelenggara juga turut andil dalam permasalahan ini, hal ini dikarenakan dalam kontrak baku yang ditetapkan GoJek dalam ketentuan penggunaan layanan GoFood terdapat klausula yang diduga sebagai dasar atas permasalahan terkait ketidaksesuaian harga ini tepatnya pada Pasal 3 tentang Pembayaran, huruf b, adapun bunyi klausula tersebut adalah sebagai berikut:

⁹ Wawancara dengan Ibu Dinda Tiara, tanggal 16 Desember 2022 melalui media elektronik *whatsapp*

¹⁰ Gojek, “Cara untuk Hindari Ketidaksesuaian Harga di GoFood,” diakses Oktober 21, 2022, <https://www.gojek.com/blog/gofood/harga-di-go-food/>.

“Anda memahami bahwa harga Produk yang ditampilkan dalam layanan GoFood merupakan harga estimasi. Mitra Usaha memiliki kewenangan penuh untuk menentukan dan melakukan perubahan harga Produk. Oleh karena itu, Kami tidak bertanggung jawab apabila terdapat perbedaan antara harga yang tercantum dalam Layanan GoFood dan harga yang diberlakukan oleh Mitra.”¹¹

Berdasarkan klausula yang ditetapkan diatas, terlihat bahwa klausula ini berpotensi merugikan konsumen, karena membenarkan pencantuman harga estimasi atau harga perkiraan yang tentu saja harga menjadi tidak pasti. Selanjutnya juga dalam klausula ini GoJek sebagai penyelenggara telah mengalihkan kewajibannya dalam hal penetapan harga, pada dasarnya harga sebuah menu makanan dan/atau di dalam layanan GoFood sudah seharusnya ditentukan oleh *merchant* GoFood sebagai pihak yang menjual, namun untuk penetapan dan pengawasan atas perubahan harga tersebut semestinya masih menjadi tanggungjawab GoJek selaku penyelenggara, agar tindakan perubahan harga tidak disalahgunakan oleh *merchant*.

Berdasarkan kegiatan pra penelitian yang penulis lakukan untuk memastikan kebenaran terkait permasalahan atas pencantuman klausula yang merugikan konsumen ini dalam hal ketidakpastian harga produk pada layanan GoFood, penulis melakukan wawancara bersama salah satu pemilik *merchant* GoFood di Tanjungpinang. Hasil yang ditemukan bahwa benar pihak *merchant* memiliki kuasa penuh atas harga. Pihak *merchant* dapat melakukan perubahan secara langsung di dalam aplikasi.¹²

¹¹ GoJek, *Ketentuan Penggunaan GoFood*, 2021. Pasal 3 Tentang Pembayaran huruf b.

¹² Hasil wawancara bersama Ibu CPW, selaku pemilik *merchant* GoFood di Tanjungpinang

Indonesia sebagai negara yang menjamin kepastian hukum bagi masyarakatnya, memiliki produk hukum yang mengatur secara khusus terkait Perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang mana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disingkat UUPK). Pada Pasal 1 angka 1 UUPK dijelaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya yang dilakukan untuk menjamin terciptanya kepastian hukum yang ditujukan kepada konsumen.

Dikaitkan dengan masalah yang penulis teliti terkait ketidaksesuaian harga pada layanan GoFood, diketahui bahwa kontrak yang digunakan oleh para pihak adalah melalui sistem elektronik, yang mana dituangkan dalam syarat dan ketentuan pengguna. Kontrak elektronik pada dasarnya sama seperti kontrak pada umumnya yakni tunduk pada aturan hukum perjanjian yang mana kontrak tersebut harus memenuhi syarat sah perjanjian dan asas-asas perjanjian. Disamping itu, meskipun kontrak elektronik umumnya berbentuk kontrak baku yang sudah ditentukan oleh pihak penyelenggara, kontrak tersebut tetap saja tidak boleh melanggar ketentuan dalam UUPK.

Merujuk pada Pasal 4 UUPK dijelaskan bahwa terdapat sembilan hak konsumen yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha yang salah satunya adalah hak akan informasi yang benar, jelas dan jujur atas suatu barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan. Dihubungkan dengan permasalahan terkait ketidaksesuaian harga pada layanan GoFood ini tentu saja klausula baku Pasal 3 huruf b pada kontrak ketentuan penggunaan layanan GoFood telah menyalahi aturan sebagaimana berlaku.

Berdasarkan aturan yang berlaku di dalam UUPK, konsumen wajib dilindungi hak-haknya, mengingat lemahnya status dan kedudukan konsumen yang jika dibandingkan dengan status dan kedudukan pelaku usaha yang relatif lebih kuat.¹³ Dengan adanya peraturan terkait perlindungan konsumen ini sudah seharusnya dalam transaksi pembelian makanan dan/atau minuman melalui layanan GoFood di aplikasi GoJek ini dilaksanakan sesuai dengan aturan yang ditetapkan dalam UUPK.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait permasalahan diatas dengan judul **PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA KETENTUAN PENGGUNAAN LAYANAN GOFOOD SEBAGAI KONTRAK ELEKTRONIK DALAM PLATFORM APLIKASI GOJEK.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana keabsahan kontrak elektronik atas ditetapkannya klausula baku yang merugikan konsumen pada layanan GoFood dalam aplikasi GoJek?
2. Bagaimana perlindungan konsumen atas terjadinya ketidaksesuaian harga pada layanan GoFood dalam aplikasi GoJek?

¹³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013). hlm. 21.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keabsahan kontrak elektronik atas ditetapkannya klausula baku yang merugikan konsumen pada layanan GoFood dalam aplikasi GoJek.
2. Untuk mengetahui perlindungan konsumen atas terjadinya ketidaksesuaian harga pada layanan GoFood dalam aplikasi GoJek.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini bermanfaat sebagai pengembangan ilmu hukum khususnya dalam Hukum Perdata terkait perlindungan hukum terhadap konsumen atas terjadinya ketidaksesuaian harga pada aplikasi *online*, selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan bahan pengembangan dan informasi bagi peneliti yang ingin meneliti lebih lanjut terhadap perlindungan hukum terhadap konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat langsung dari penelitian ini adalah:

1. Bagi konsumen platform aplikasi *online*

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengetahuan dan informasi untuk kedepannya bagi konsumen, apabila mendapati permasalahan yang sama seperti yang penulis angkat, terkait terjadinya ketidaksesuaian harga pada suatu platform aplikasi *online*.

2. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan pengetahuan untuk kedepannya bagi pelaku, terkait hak dan kewajibannya terhadap konsumen, terkhusus dalam hal ini atas informasi yang benar dan jelas terkait harga suatu barang dan/atau jasa agar konsumen terhindar dari kerugian.

3. Bagi pihak aplikasi GoJek

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan ataupun sebuah evaluasi terkait atas terjadinya permasalahan di lapangan, guna meningkatkan kepuasan konsumen.

