

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Proses Jual–beli merupakan hal yang biasa dilakukan bagi setiap orang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jual beli merupakan persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Manusia sebagai makhluk sosial tentunya akan menemukan segala sesuatu yang Ia butuhkan. Dahulu, proses jual–beli ini akan kita temukan di pasar, toko, warung, dan apabila masuk ke zaman yang lebih *modern*, dapat dilakukan di pasar modern (*mall*). Namun zaman tentu akan selalu berkembang. Seperti halnya apa yang terjadi pada saat ini, proses jual beli akan lebih sangat mudah dan praktis.

Dewasa ini, Indonesia sedang mengalami perubahan masa era industri yang membuat perubahan cepat di berbagai aspek dan menimbulkan suatu dirupsi. Dirupsi adalah suatu kejadian dimana terjadi suatu perubahan yang sangat mendasar atau fundamental.¹ Inovasi disruptif (*disruptive innovation*) merupakan sebuah inovasi yang menciptakan pasar baru, mengganggu, atau merusak pasar yang sudah ada, kemudian digantikan oleh teknologi yang dahulu telah ada.² Era ekonomi baru saat ini, selalu mengutamakan keefisienan dan kenyamanan pada konsumen. Transformasi digital

¹ Sri Adiningsih, *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2019, hlm.2

² *Ibid.*

membuktikan bahwa kenyamanan tersebut dapat diperoleh, seperti contohnya adalah kemudahan dalam memesan makanan, transportasi, dll.

Kehadiran pengembangan mengenai *Financial Technology*, yaitu suatu penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan suatu produk, layanan, teknologi dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan/ atau efisiensi kelancaran, keamanan, dan keandalan system pembayaran³, membentuk suatu kemanfaatan yang lebih bagi konsumen maupun pelaku usaha. Bagi para pelaku usaha, mereka akan menciptakan ruang yang lebih luas untuk jenis usahanya dan dengan mudah untuk mengembangkan bisnisnya tersebut. Sedangkan bagi konsumen, tentu akan diuntungkan dengan kemudahan berbelanja dimanapun dan disituasi apapun.

Hal tersebut didukung oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berakibat pada dampak dan pengaruh aspek kehidupan sosial. Contoh yang paling dekat adalah *technology handphone* dan laptop. *Handphone* adalah suatu *technology* yang mudah dibawa, dengan begitu menghadirkan kemudahan akses *browsing*. Begitu sama halnya dengan laptop, suatu *technology* serupa dengan komputer yang juga mudah dibawa kemanapun. Kemudahan fasilitas teknologi itu sejalan dengan ketersediaan wadah berbelanja yang mengalami inovasi dalam bisnis. Teknologi computer

³*Teknologi Finansial*, terdapat dalam <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>, diakses pada 25 maret 2019, pukul 12.30.

dan ponsel seiring dengan berkembangnya *broadband* yang cepat, juga mengubah pasar mengakses dan memahami informasi produk dan layanan.⁴

Dalam hal strategi pemasaran suatu bisnis, perkembangan elektronik digital juga memiliki beberapa dampak. Elektronik digital dapat menjangkau lebih luas dalam melakukan promosi barang serta pelayanan dibanding dengan teknik pemasaran yang lama. Para pemasar memiliki kesempatan yang lebih cepat dan efisien untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan membangun sebuah hubungan(komunikasi) baik dengan konsumen. Disisi lain, dengan adanya elektronik digital, konsumen akan mendapatkan informasi lebih mudah mengenai produk dan jasa beserta dengan harga meskipun dijangkau dari tempat tinggal mereka.⁵

Mengacu pada pengertian *Financial Technology* yang dapat menghasilkan suatu produk, layanan, teknologi dan/atau model bisnis baru, ternyata benar telah menghasilkan inovasi-inovasi bisnis di Indonesia.

Menurut Pasal 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017,

Penyelenggaraan Teknologi Finansial dapat dikategorikan dalam:

- a. sistem pembayaran;
- b. Pendukung pasar;
- c. Manajemen investasi dan manajemen resiko
- d. Pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal; dan
- e. Jasa finansial lainnya.

Sebagai contoh, inovasi bisnis dengan teknologi finansial, yaitu PT.

Aplikasi Karya Anak Bangsa (AKAB) pada tahun 2010 mendirikan sebuah

⁴ Judy Strauss and Raymond Frost, *E-Marketing*, Routledge, Seventh Edition, New York, 2016. Hlm. 103.

⁵ Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, Pearson Education, Ninth Edition, United States of America, 2007. Hlm.12

layanan berbasis telepon untuk memenuhi layanan jasa ojek bernama GOJEK. Dapat dikatakan ketika PT.AKAB berinovasi mengenai ojek online ini, saat itu permintaan pasar akan adanya ojek sedang tidak mengalami peningkatan karena suatu jasa transportasi ojek saat itu dinilai masyarakat sesuatu hal yang ‘mahal’ apalagi ketika ingin berpergian dengan jarak yang cukup jauh. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa mobilitas masyarakat Indonesia yang cukup tinggi.

Menurut hasil survei angkatan kerja nasional (SARKERNAS) pada tahun 2009, persentase Pekerja Ulang-Alik menurut jarak tempuh dari rumah ke tempat kerja, dalam kilometer yang menempuh jarak kurang dari 10 km adalah 28,06 kemudian yang menempuh jarak 10 hingga 29 km terdapat pada angka 47,50 dan yang menempuh jarak lebih dari 30 km adalah 24,38. Sedangkan dilihat dalam bentuk menit, lamanya perjalanan yang ditempuh dalam waktu kurang dari 30 menit adalah 28,76 lalu 31-60 menit adalah 46,53 ; 61-120 adalah 2,06 ; lebih dari 120 menit adalah 3,66.⁶

Semakin tingginya tingkat mobilitas masyarakat disamping jarak tempuh dan waktu serta kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, dibutuhkan sebuah sarana yang dapat memberikan ruang perpindahan dan pergerakan yang cepat. Maka dari itu kesempatan ini dinilai cukup untuk pengembangan bisnis dari ojek konvensional ke ojek *online* yang dapat mencangkup segala hal kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat dan

⁶ <https://media.neliti.com/media/publications/50041-ID-statistik-mobilitas-penduduk-dan-tenaga-kerja-2010.pdf> diakses pada 27 maret pukul 1.44

kebebasan dalam pemilihan transportasi didukung dengan persaingan harga dan kemudahan bagi pelanggan dengan ojek berbasis *online*.

Go-Jek memiliki tiga pilar yang dijunjung tinggi. Pertama adalah kecepatan, layanan yang cepat didasarkan pada pelajaran dan pengalaman. Kedua adalah inovasi, selalu meningkatkan layanan sehingga dapat memberikan kemudahan pada pengguna. Terakhir, dampak sosial yang dinilai dalam setiap inovasi memberikan dampak positif bagi para pengguna Go-jek.⁷

Hal penting yang menjadi topik dalam pembahasan ini adalah inovasi. Peningkatan layanan untuk menciptakan kemudahan tersebut, selain menyediakan layanan transformasi, Go-jek telah berevolusi untuk juga menyediakan layanan gaya hidup yang disesuaikan dengan permintaan konsumen pada dewasa ini. Kemudahan yang diberikan Go-jek kepada masyarakat, salah satunya adalah layanan Go-Food, sebuah fitur untuk memudahkan bagi para pengguna untuk melakukan pencarian restoran maupun makanan yang diinginkan. Dalam fitur ini, pelanggan dapat memilih berbagai makanan maupun restoran yang menjadi *merchant*, sebuah rekan usaha yang terdaftar untuk menyediakan kemudahan tersebut.

Go-Food merupakan sebuah layanan pesan antar terbesar di luar Cina dan telah bekerjasama dengan 125,000 *merchant* di berbagai kota di Indonesia serta terdapat lebih dari 125,000 restoran yang telah menjadi Go-

⁷ <https://www.go-jek.com/about/> diakses pada 27 Maret pukul 1.26

Food partner yang resmi bekerja sama dengan Go-Food.⁸ Jumlah tersebut merupakan sebuah siasat untuk mengembangkan bisnis kuliner dan restoran yang semakin hari, semakin menjamur. Bagaimana tidak, pemilik usaha tersebut tertarik untuk menjadi rekan bisnis GoFood karena beberapa keunggulan yang ditawarkan fitur ini. Pemilik usaha dapat memaksimalkan potensi usaha kulinernya melalui marketing *channel* Go-Food yang dapat menginformasikan produk usaha yang akan ditawarkan.

Dengan hanya mencantumkan menu dalam sebuah aplikasi, kemudian akan ada seorang *driver* yang akan siap mengantar makanan tersebut ke tangan pelanggan. Dalam fitur GoFood disediakan pilihan makanan maupun minuman per kategori. Sehingga apabila pengguna membuka dan menginginkan restoran yang tidak jauh dari lokasinya, dapat memilih menu dalam kategori “terdekat”. Keunggulan lain yang dapat menarik hati para pengguna adalah melalui aplikasi, *merchant* dapat memberikan berbagai promosi. Contohnya, seringkali dalam fitur Go-Food terdapat potongan harga maupun harga paket yang jauh lebih murah. Apabila ingin mendapatkan harga yang lebih murah, pengguna dapat menikmati promo biaya antar dengan menggunakan GoPay.

Masih dalam lingkup Teknologi Finansial, Go-jek juga mengembangkan sistem pembayaran bernama GoPay. Sebuah perusahaan yang bekerja sama dengan PT AKAB dalam melakukan kegiatan usaha di

⁸ <https://www.go-jek.com/go-food/bisnis/#/> diakses pada 1 April 2019 pukul 13.30

bidang usaha penyelenggaraan sistem uang elektronik ini adalah PT Dompot Anak Bangsa (PT DOKAB). Pembayaran *Cashless* ini akan masuk langsung dalam dompet digital. Menurut PT AKAB, keuntungan transaksi menggunakan GOPAY yaitu memudahkan pembayaran dengan hanya satu genggaman sehingga dapat menghemat waktu tanpa harus mencari uang pas atau menunggu kembalian. Ketika seorang pengguna atau pelanggan berbelanja dengan total biaya Rp. 20.500,00 maka dalam fitur GOPAY juga akan terpotong sebanyak Rp. 20.500,00. Fitur transaksi nontunai ini telah menyediakan kemudahan untuk isi saldo melalui transfer saldo via driver, isi saldo via bank, serta isi saldo via mini market. Para pengguna layanan ini dapat mengisi saldo hingga batas Rp. 10.000.000,00. Keunggulan lain dari fitur GoPay yaitu dapat melakukan transfer saldo dan tarik tunai.

Layanan Pesan Antar dalam fitur GoFood dengan sistem pembayaran GoPay, menjadi suatu objek dalam penelitian ini. Hal yang menarik adalah salah satu pasal dalam perjanjian kerjasama pengadaan jasa pengantaran makanan menyebutkan bahwa setiap *merchant* harus membayar sebesar 20% dari harga makanan untuk *service fee* kepada PT AKAB. Masalah yang timbul adalah ketika pengguna fitur GO-FOOD ini ingin memesan makanan, harga yang tertera pada fitur ini lebih mahal daripada harga menu di toko. Berdasarkan kegiatan pra penelitian yang penulis lakukan dengan salah satu sumber⁹ yang cukup mengetahui tatacara pendaftaran *merchant* Gofood di

⁹ Wawancara dilakukan dengan petugas pendaftaran merchant Gofood di Kantor Gojek Yogyakarta

kantor GOJEK Yogyakarta. Hasil ditemukan bahwa ternyata pertambahan harga tersebut timbul akibat *merchant* menaikkan harga dan mencantumkan harga tersebut di aplikasi sebagai ganti 20% dari harga makanan yang nantinya akan digunakan untuk *merchant* membayar *service fee*. Sedangkan dari pihak GoFood memberikan izin dan kebebasan untuk *merchant* menentukan harga pada aplikasi.

Dengan berbagai macam promosi, sebagian besar para pengguna GoFood akan membayar menggunakan GoPay, dibuktikan dengan hasil riset oleh katadata.com terdapat sekitar kurang lebih 142 juta pengguna GoPay yang menduduki peringkat pertama jumlah pengguna terbanyak dibandingkan uang elektronik lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya antusiasme masyarakat dalam penggunaan fitur ini. Namun ternyata disamping antusiasme yang tinggi, terdapat sebuah pengalihan kewajiban *merchant* yang disebutkan dalam kontrak kerjasama penyelenggaraan GoFood. Kewajiban tersebut berupa *service fee* yang dibebankan kepada pengguna fitur.

Peristiwa tersebut memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan antara *Das Sollen* dan *Das Sein* yang secara jelas diatur bahwa kedua pihak dalam kontrak sepakat apabila *service fee* akan dibayarkan oleh *merchant* sebesar 20% atas balas jasa kepada PT AKAB. Hal ini terjadi karena *merchant* berusaha untuk tidak menanggung rugi atau berkurangnya pendapatan akibat adanya *service fee* yang harus dibayarkan kepada PT. AKAB. Sedangkan para konsumen tidak mengetahui asal-usul kenaikan harga tersebut maupun

tidak ada keterangan yang tertulis mengenai perbedaan harga antara di restoran dan harga yang tertera di fitur Go-food pada saat mengunduh aplikasi ini.

Konsumen sebagai pengguna fitur dapat saja tidak menyadari akan adanya penambahan harga tersebut sehingga pengguna fitur akan menanggung kerugian yang berulang kali. Hal ini selain timbul permasalahan hukum, juga secara langsung merugikan pengguna fitur. Segala sesuatu yang timbul akan adanya permasalahan hukum dan merugikan manusia sebagai subjek hukum terdapat suatu perlindungan hukum atas peristiwa hukum yang terjadi. Maka hal tersebut menarik untuk dilakukan pengkajian dengan judul “KEABSAHAN PERJANJIAN JUAL BELI MAKANAN DALAM FITUR GOFOOD (STUDI: PENYELENGGARAAN LAYANAN GO-FOOD OLEH PT APLIKASI KARYA ANAK BANGSA)”

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan Latar Belakang yang telah Penulis uraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana keabsahan perjanjian jual beli makanan dalam fitur Go-Food?
2. Bagaimana perlindungan hukum mengenai keterbukaan atas pengenaan *service fee* pada fitur Go-Food?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui keabsahan perjanjian jual beli makanan dalam fitur Go-Food.
2. Untuk mengetahui perlindungan keterbukaan atas pengenaan *service fee* pada fitur Go-Food.

D. Tinjauan Pustaka

1. *Financial Technology*

Dalam era globalisasi, penggunaan media telekomunikasi dan teknologi informasi merupakan hal yang dapat memudahkan dalam kehidupan sehari-hari. Faktanya, hal tersebut juga memiliki kedudukan yang penting dalam proses bisnis.¹⁰ Inovasi dalam teknologi informasi tentunya juga didukung oleh munculnya jaringan internet yang akan menghubungkan berbagai lapisan di dunia dalam hitungan detik. Proses

¹⁰ Abdul Hali Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Nusa Media, Bandung, 2017, hlm. 1

globalisasi mengarahkan pada rekonstruksi konseptual mengenai paradigma pertumbuhan dan pengembangan ekonomi terutama pada teknologi keuangan.¹¹ Perkembangan ini menyebabkan perubahan dalam kehidupan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara yang praktis. Cara praktis tersebut dapat dicapai dengan adanya *Electronic Commerce* dan *financial Technology*.

Electronic Commerce atau yang disingkat dengan *E-Commerce* merupakan suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan internet.¹² Dilihat dari pengertian *e-commerce* yang menjadikan jaringan internet menjadi sumber jaringan perantara, tidak bias dipungkiri bahwa perkembangan teknologi finansial sangat dipengaruhi oleh *e-commerce* dan *online business*. Teknologi finansial atau yang sering disebut dengan *Technology Financial*, diatur dan diawasi oleh dua lembaga independen yaitu Bank Indonesia yang khusus mengatur dan mengawasi usaha jasa system pembayaran, sedangkan Otoritas Jasa Keuangan khusus mengatur dan mengawasi mengenai usaha jasa pinjam-meminjam para pihak di dalam masyarakat (*peer-to-peer lending*).

Dalam teknologi finansial terdapat layanan pembayaran yang nilai uangnya disimpan dalam *e-wallet*. Layanan yang dimaksud adalah

¹¹ Otilia Manta, "*Financial Technologies, Instruments, Mechanisms, and Financial Products*", *Internal Auditing & Risk Management* Year XIII No 4(52), 2018, hal 82

¹² *Ibid*, hlm. 11

payment gateway, layanan elektronik yang memungkinkan pedagang untuk memproses transaksi pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu, uang elektronik, dan/atau *Proprierty Channel*.¹³ Teknologi finansial ini juga memiliki salah satu produk yang telah disinggung diatas yaitu *electric wallet*, yaitu layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan data instrumen pembayaran antaralain alat pembayatan dengan menggunakan kartu dan/ atau uang elektronik.

Financial Technology tumbuh dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan.¹⁴ Di Indonesia, sektor ini didominasi oleh para perusahaan *start-up*. Namun sebelum membicarakan mengenai perusahaan *startup*, terdapat beberapa bagian gambaran yang dapat termasuk pada *Financial Technology*, yaitu *Payments*, *Financial Research*, *insurance*, *deposit and lending*, *investment management*, dan *crowdfunding*.¹⁵ Layanan keuangan berbasis teknologi ini diadopsi oleh Negara Indonesia dari sistem perbankan luar negeri. Fintech lekat dengan suatu perusahaan *startup* yang mengeluarkan produk maupun jasa keuangan. Fintech

¹³ Pasal 1 Peraturan Bank Indonesia no 18/ 40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran

¹⁴ Garis besar Financial Technology, <https://www.finansialku.com/perkembangan-fintech-di-indonesia/>, diakses pada 14 Oktober 2019 pukul 14.50

¹⁵ Karakas and Stamegna, 2018 (*Financial technology (FinTech): Prospects and challenges for the EU, EPRS*)

focus pada aspek teknologi sehingga tidak melakukan kegiatan perbankan konvensional.¹⁶

2. Sistem Pembayaran

Ketika terjadi suatu kegiatan jual-beli atau perdagangan, maka akan terjadi suatu mekanisme pembayaran. Apabila pada zaman dahulu kegiatan tersebut dilakukan dengan cara barter, yaitu suatu proses saling tukar antara penjual dan pembeli dengan barang lainnya, lain halnya dengan zaman yang semakin moderen ini. Suatu mekanisme atau sistem pembayaran di Indonesia menggunakan uang. Dalam perkembangannya, uang juga tidak melulu mengenai uang kertas dan logam namun mengalami evolusi berupa uang nontunai.

Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup mengenai peraturan, kontrak/perjanjian, fasilitas operasional, dan mekanisme teknis yang dipergunakan dalam penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran melalui pertukaran “nilai” antarperorangan, bank, dan lembaga lainnya.¹⁷ Berbicara mengenai sistem pembayaran, pasti juga akan berbicara mengenai instrumen pembayaran, yaitu suatu media yang digunakan dalam pembayaran. Penggunaan media ini terbagi menjadi dua yaitu tunai/ *cash* dan non-tunai/ *noncash*. Masing-masing

¹⁶<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180110134756-37-1111/fintech-awalnya-dianggap-sebagai-bank-gelap> diakses pada 14 Oktober 2019 pukul 15.30

¹⁷ Sri Mulyati dan Ascarya, *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*, Pusat pendidikan dan studi kebanksentralan Bank Indonesia, Jakarta, 2003, hlm 2.

dari jenis alat pembayaran ini memiliki implikasi yang berbeda-beda dalam setiap aspek.¹⁸

Alat pembayaran tunai merupakan alat pembayaran yang lazim digunakan di Indonesia. Alat pembayaran ini lebih banyak berbentuk uang kartal (Uang kertas dan logam). Biasanya penggunaan uang kartal lebih banyak digunakan khususnya untuk pembayaran bernominal kecil.¹⁹ Berdasarkan Undang-Undang N0. 23 Tahun 1999, hak tunggal untuk mencetak dan mengedarkan uang kartal dan logam dimiliki oleh Bank Indonesia.²⁰ Dalam pengetahuan uang tunai juga dikenal mengenai pecahan nominal uang yang dikeluarkan oleh bank sentral yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan kebijakan pemerintah atau bank sentral.²¹ Meskipun uang kartal ini memiliki kemudahan karena mudah dibawa dan relatif murah penggunaannya, privasi terjaga, dan lain-lain, namun nyatanya terdapat kelemahan, seperti biaya produksi yang mahal hingga biaya yang relatif mahal dalam hal memindah, menyimpan, menghitung, serta segi risiko keamanan dan kehilangan.²²

¹⁸ Bank Indonesia, *Pengantar Sistem Pembayaran & Instrumen Pembayaran* Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Biro Pengembangan Sistem Pembayaran Nasional, *Pengantar Sistem Pembayaran & Instrumen Pembayaran*, terdapat dalam <https://www.bi.go.id/en/sistempembayaran/edukasi/Documents/7bb2ae019b024029b37c34b720412a49PengantarInstrumenPembayaran.pdf> Diakses pada 1 Juni 2019

¹⁹ Iskandar Simonangkir, *Pengantar Kebanksentralan: Teori dan Praktek di Indonesia*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2014, hlm 532.

²⁰ Sri Mulyati dan Ascarya, ... *Op.Cit.*, hlm. 36.

²¹ Iskandar Simonangkir, ... *Op.Cit.*, hlm 531.

²² *Ibid.*

Alat Pembayaran Nontunai utamanya disediakan oleh sistem perbankan yang terdiri dari instrumen yang berbasis warkat dan non warkat. Instrumen yang berbasis warkat sendiri contohnya adalah cek, bilyet giro, nota debet, dan nota kredit. Sedangkan instrumen yang berbasis non warkat adalah kartu ATM, kartu debet, dan kartu kredit. Dengan perkembangan zaman yang didukung dengan inovasi dalam segi teknologi dan informasi, kini instrumen non warkat menjadi semakin luas. Uang elektronik merupakan salah satu instrumen pembayaran non tunai yang pelaksanaannya tetap menggunakan mata uang rupiah. Pembayaran dilakukan melalui elektronik dimana uang tersimpan pada *device* yang digunakan para pengguna.

Penyelenggara dari uang elektronik adalah Bank dan Lembaga non bank. Lembaga non bank yang dimaksud adalah suatu badan usaha bukan bank yang didirikan berdasarkan hukum yang dianut di Indonesia. Unsur dari instrumen pembayaran uang elektronik, yakni diterbitkan atas dasar nilai uang yang telah disetor terlebih dahulu kepada penerbit dimana nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip* yang dikelola oleh penerbit yang bukan merupakan sebagai simpanan yang dimaksud dalam Undang-Undang perbankan melainkan nilai uang tersebut dapat dipindahkan untuk tujuan pembayaran dan/ atau transfer dana.

Pembayaran menggunakan teknologi seluler menjadi *tren* pada beberapa waktu terakhir ini. Konsumen menggunakan ponsel cerdas maupun perangkat seluler lainnya untuk melakukan pembelian maupun mentransfer uang. Konsumen dan pelaku bisnis menggunakan perangkat ini untuk melakukan dan menerima pembayaran sebagai ganti dalam penggunaan alat pembayaran fisik seperti tunai, cek, kartu debit, kartu kredit.²³ Bentuk pembayaran digital termasuk didalamnya adalah dompet seluler (*mobile wallet*), sebuah dompet dengan versi elektronik yang menawarkan kenyamanan pada konsumen dengan suatu transaksi yang lebih cepat tanpa harus memasukan informasi kartu kredit maupun debit pada setiap transaksi. Dengan *Mobile Wallet*, konsumen dapat melakukan pembayaran kepada konsumen lain (P2P) dan pembayaran untuk bisnis atau disebut sebagai orang ke bisnis (P2B) di suatu aplikasi seluler melalui peramban seluler atau secara langsung di toko.²⁴

3. Tanggung Jawab Perusahaan

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Perseroan Terbatas didefinisikan sebagai badan hukum yang merupakan sebuah persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan suatu modal dasar yang tergabung

²³ United States Government Accountability, *Financial Technology: Information on Subsectors and Regulatory Oversight*, GAO, Washington DC, 2017. Hlm. 3

²⁴ *Ibid.*

dalam suatu saham serta memenuhi persyaratan yang ada dalam Undang-Undang ini. Kegiatan usaha adalah suatu jenis usaha di bidang ekonomi yang dilakukan perseroan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Dalam melaksanakan kegiatan usaha, tentu perseroan/perusahaan memiliki tanggung jawab atas segala bentuk kegiatan usahanya.

Dalam Perseroan Terbatas, dikenal suatu organ Perseroan yaitu diantaranya Rapat Umum Pemegang Saham(RUPS), direksi, dan dewan komisaris. Undang-Undang Perseroan Terbatas mengatur suatu hak dan kewajiban dalam masing-masing organ tersebut termasuk beserta tanggung jawabnya. Direksi memiliki tugas sebagai pihak yang melakukan hubungan hukum dengan pihak ketiga sebagai wakil dari perseroan dan berwenang menjalankan pengurusan sesuai kebijakan perseroan dengan tenggang waktu tertentu. Makadari itu, tanggungjawab seorang direksi yaitu melakukan pengurusan perseroan dengan itikad baik dan tanggungjawab. Setiap anggota direksi bertanggung jawab penuh atas kesalahan perseroan hingga harta pribadinya apabila ia salah dalam melakukan pengurusan. Tanggung jawab ini bersifat tanggung renteng, artinya berlaku bagi seluruh anggota direksi.

Selanjutnya adalah dewan komisaris yang melakukan pengawasan atas pengurusan yang dilakukan oleh direksi termasuk

memberi nasihat kepada direksi. Setiap anggota dewan komisaris ikut bertanggung jawab secara pribadi atas kerugian perseroan apabila yang bersangkutan bersalah atau lalai dalam menjalankan tugas pengawasan. Tanggung Jawab dewan komisaris juga berlaku secara tanggung renteng.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas juga mengenal tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social Responsibility/ CSR*). *CSR* adalah konsep yang mendorong organisasi untuk memiliki tanggung jawab sosial secara seimbang kepada pelanggan, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan seluruh *stakeholder*.²⁵ Seringkali kepentingan perusahaan dan masyarakat sering berseberangan, padahal sesungguhnya antara perusahaan dan masyarakat memiliki ketergantungan tingkat tinggi yang akan berimplikasi baik untuk keputusan bisnis dan kebijakan sosial yang mengikuti prinsip berbagai keuntungan bagi kedua belah pihak.

Terdapat dua bentuk ketergantungan antara perusahaan dengan masyarakat. Pertama, *Inside-Out linkages*, yaitu perusahaan memiliki dampak terhadap masyarakat melalui operasi bisnisnya dengan memperhatikan dampak dari semua aktivitas produksinya, aktivitas

²⁵ Mas Achmad Daniri, "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", terdapat dalam <http://ati.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/8200/Standarisasi%2525BTanggung%2525BJawab%2525BSosial%2525BPerusahaan%2525B%2525B28%2525BJan%2525B08.pdf>, Diakses terakhir pada 30 September 2019, hlm. 14.

pengembangan, sumber daya manusia, pemasaran, penjualan, logistik, maupun aktivitas lainnya. Kedua, *Outside-in-linkage*, dimana kondisi sosial eksternal juga mempengaruhi perusahaan, apakah akan menjadi lebih baik atau buruk, seperti mencegah adanya permasalahan di perusahaan, mendorong investasi, kebijakan-kebijakan, dll.²⁶

Konsepsi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan sebuah hal yang berkaitan dengan *Good Corporate Governence*, Pembangunan Berkelanjutan, dan *Millenium Development Goals*. Di Indonesia, praktek ini belum terlalu diterapkan, namun dalam masa yang informasi dan teknologi yang sangat berkembang karena adanya globalisasi, tuntutan akan adanya konsep ini semakin besar. Konsep ini idealnya dirumuskan terlebih dahulu oleh pemerintah kemudian pemegang usaha serta masyarakat.²⁷

Perseroan sebagai badan hukum memiliki personalitas hukum (*Legal Personality*), yaitu suatu personalitas atau kepribadian sebagai badan hukum yang berbeda dari orang yang menciptakannya (pendiri) atau dapat dikatakan sebagai subjek hukum pribadi. Ditinjau dari segi hukum perdata, terdapat beberapa tanggungjawab yang melekat pada diri Perseroan sebagai badan hukum yang terpisah dengan pemegang saham dan pengurus perseroan yaitu Tanggung jawab hukum perdata.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 22

²⁷ *Ibid.*, hlm. 33

Tanggung jawab ini meliputi tanggung jawab kontraktual dan Tanggung jawab Perbuatan Melawan Hukum.

Tanggung jawab Kontraktual disini adalah perseroan sebagai subjek hukum pribadi memiliki tanggung jawab kontraktual atas perjanjian atau transaksi yang diperbuatnya untuk dan atas nama perseroan yang dibuat dengan pihak ketiga sebagai upaya pelaksanaan kegiatan usahanya. Apabila dengan hal ini perseroan melakukan wanprestasi, maka dapat dituntut untuk memenuhi sesuatu atau membayar ganti biaya, ganti kerugian, dan bunga berdasarkan Pasal 1243 jo. Pasal 1267 KUHPerdata.²⁸

Tanggung Jawab Perbuatan Melawan Hukum (PMH) Perseroan dibagi menjadi dua. Pertama, Tanggungjawab PMH berdasar Pasal 1365 KUHPerdata yang memiliki unsur “kesalahan” yang dilakukan secara sengaja atau karena kelalaian. Kedua, Tanggung jawab PMH berdasar Pasal 1367 ayat (3) KUHPerdata dimana *employer* yang mengangkat orang lain untuk mewakili urusan mereka, bertanggungjawab atas PMH yang dilakukan oleh orang tersebut (Tanggung jawab yang dipaksakan hukum untuk bertanggung jawab atas kesalahan oranglain).²⁹

²⁸ M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas*, Sinar Grafika, Jakarta, 2016, hlm. 119.

²⁹ *Ibid.*, hlm 129.

Perkembangan inovasi bisnis yang dijalankan oleh perusahaan juga harus diimbangi dengan konsepsi mengenai *Good Governance*. Dalam menjalankan prinsip ini, terdapat tiga fokus bidang yang saling terkait, yakni ekonomi, politik, dan administrasi. Bidang ekonomimencakup proses pengambilan keputusan yang tidak hanya mempengaruhi kegiatan ekonomi dan faktor terkait, namun juga harus mengangkat isu keadilan. Bidang peradilan mengangkat proses pengambilan keputusan dalam penyusunan kebijakan dan dalam bidang administratif berkaitan dengan sistem implementasi kebijakan dalam tingkat regional maupun nasional. Secara singkat, dapat disimpulkan bahwa *good goverence* merupakan sebuah acuan untuk proses dan stuktur hubungan politik dan sosial ekonomi.³⁰

E. Definisi Operasional

Dalam penulisan penelitian hukum ini terdapat beberapa istilah yang akan penulis sertakan dengan pengertian-pengertian yang bersumber dari beberapa referensi, termasuk pada peraturan perundang-undangan. Adapun pengertian dari istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Teknologi Finansial** adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas

³⁰ Bambang Rudito & Melia Famiola, *Corporate Social Responsibility*, Rekeyasa Sains, Bandung, 2013. Hlm.336

sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.³¹

2. Penyelenggara Teknologi Finansial adalah setiap pihak yang menyelenggarakan kegiatan Teknologi Finansial.³² Dalam hal ini penyelenggara aplikasi Go-Jek adalah PT PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (AKAB).

3. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran adalah penyelenggara jasa sistem pembayaran sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia yang mengatur mengenai penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.³³

4. Uang Elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur : diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam media *server* atau *chip*, dan nilai uang elektronik dikelola oleh penyelenggara bukan sebagai simpanan sebagaimana dimaksud dalam UU Perbankan.³⁴

5. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran adalah penyelenggara jasa sistem pembayaran sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia yang mengatur mengenai penyelenggaraan pemrosesan

³¹ Pasal 1 ayat 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/ 12/ PBI/ 2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial

³² Pasal 1 ayat 2 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/ 12/ PBI/ 2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial

³³ Pasal 1 ayat 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/ 12/ PBI/ 2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial

³⁴ Pasal 1 ayat 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/ 06/ PBI/ 2018 Tentang Uang Elektronik

transaksi pembayaran.³⁵

6. **Pengguna** adalah pihak yang menggunakan Uang Elektronik. Dalam hal ini, pengguna adalah pihak (konsumen) yang menggunakan aplikasi GoJek yang menggunakan sistem pembayaran GoPay.³⁶
7. **Penyedia Barang dan/atau Jasa** adalah pihak yang menjual barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran dari Pengguna.³⁷
8. **Dompot Elektronik (Electronic Wallet)** adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.³⁸
9. **Merchant** adalah Rekan Usaha Go-Food yang memiliki usaha seperti kafe, restoran, hingga warung.
10. **Service Fee** adalah biaya yang digunakan untuk membayar jasa atas layanan yang terkait dengan jasa penyelenggaraan GoFood dan dibayarkan langsung ke suatu perusahaan penyelenggara. *Service Fee* akan dilakukan pemotongan dari harga penjualan bersih produk dengan melakukan pemotongan dari *merchant wallet* atas setiap pembayaran transaksi.³⁹

³⁵ Pasal 1 ayat 12 Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/ 06/ PBI/ 2018 Tentang Uang Elektronik

³⁶ Pasal 1 ayat 14 Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/ 06/ PBI/ 2018 Tentang Uang Elektronik

³⁷ Pasal 1 ayat 15 Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/ 06/ PBI/ 2018 Tentang Uang Elektronik

³⁸ Pasal 1 ayat 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/ 40/ PBI/ 2016 Tentang Uang Elektronik

³⁹ Kontrak Perjanjian Penyelenggaraan GoFood

F. Metode Penelitian

1. Objek Penelitian

Suatu data yang akan diteliti dalam penelitian ini mengenai suatu pertanyaan dalam rumusan masalah yaitu penerapan *service fee* pada layanan Go-Food dalam aplikasi Go-Jek dengan data daftar menu *merchant* di aplikasi dan harga yang tertera di restoran serta bukti transfer atas pembayaran *service fee* oleh *merchant* ke PT AKAB.

2. Subjek Penelitian dan/atau Narasumber Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek adalah *merchant* Go-food dan PT AKAB cabang Yogyakarta yang nantinya akan menjadi narasumber dalam penelitian ini untuk menerangkan mengenai penerapan *service fee*.

3. Sifat Penelitian

Penelitian hukum ini merupakan Penelitian Kualitatif, yaitu dengan menggali data-data kualitatif yang diperoleh dari narasumber yang akan memberikan suatu pernyataan, dalam hal ini adalah *merchant* Go-Food dan PT AKAB cabang Yogyakarta.

4. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian hukum ini adalah Penelitian Yuridis Empiris yaitu dengan meneliti ke lapangan dan melakukan wawancara dengan menyebutkan beberapa pertanyaan yang telah disebutkan sebelumnya untuk mengetahui penerapan hukum yang senyatanya di lapangan.

5. Sumber Data

Penelitian ini bersifat empiris dengan data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari :

- 1) Data primer, yaitu hasil penelitian di lapangan atau hasil wawancara dengan *merchant* Go-Food dan PT AKAB cabang Yogyakarta.
- 2) Data sekunder yaitu data yang digunakan untuk menganalisis data primer. Dalam penelitian ini terdiri dari :
 - a. Kontrak Kerjasama Penyelenggaraan GoFood antara PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dengan Merchant;
 - b. Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi pembayaran;
 - c. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/ 12/ PBI/ 2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial;
 - d. Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/ 6/ PBI/ 2018 Tentang Uang Elektronik;

6. Metode pengumpulan data

Metode Pengumpulan data primer dalam penelitian hukum ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara yang terstruktur, yaitu dengan membuat pertanyaan terlebih dahulu dengan memungkinkan adanya pertanyaan tambahan yang disesuaikan dengan keadaan lapangan. Data juga diperoleh dengan melakukan observasi langsung di lapangan dengan cara mendatangi restoran yang menjadi *merchant* Go-

Food untuk membandingkan harga di restoran dengan harga yang tertera di aplikasi.

7. Metode analisis data

Metode Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu data primer digambarkan secara kualitatif, diuraikan secara bermutu dalam kalimat yang runtut, logis, dan efektif kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berdasarkan data sekunder.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan, penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Merupakan bab yang memuat pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Umum

Merupakan bab yang menyajikan teori-teori dan konsep yang bersumber dari peraturan perundang-undangan maupun literatur-literatur mengenai tanggung jawab perusahaan atas penambahan harga pada fitur Go-Food yang merugikan konsumen akibat adanya penerapan *service fee* Go-Food dalam Aplikasi *Financial Technology* Go-Jek.

BAB III Analisis dan Pembahasan

Merupakan bab yang akan memaparkan dan menjelaskan hasil penelitian yang berupa tanggung jawab perusahaan akibat penerapan *service fee* Go-Food dalam Aplikasi *Financial Technology* Go-Jek kemudian diterapkan apakah terdapat akibat hukumnya bagi perusahaan maupun pihak-pihak terkait.

BAB IV Penutup

Merupakan bab yang berisi kesimpulan dari pembahasan tentang rumusan masalah dan dilengkapi dengan saran sebagai bahan rekomendasi dari hasil penelitian.

