

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang ini teknologi informasi dan perkembangan dunia internet sudah maju dan berkembang pesat. Dalam perekonomian suatu negara, teknologi informasi dirasakan memiliki peran yang sangat penting. Dengan kemajuan teknologi informasi akan meningkatkan kemampuan produktifitas dunia industri seperti industri kreatif yang berbasis teknologi informasi.<sup>1</sup> Salah satu sektor yang telah mengalami perkembangan signifikan berkat teknologi informasi adalah industri jasa transportasi. Salah satu inovasi yang menarik perhatian adalah layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi. Dengan memanfaatkan *smartphone* dan koneksi internet, konsumen kini dapat memesan makanan tanpa perlu pergi ke restoran dan pesanan akan diantar ke tempat yang diinginkan. Hal ini sangat memudahkan kehidupan sehari-hari. Salah satu aplikasi untuk layanan ini yang ada di Indonesia adalah Grab.

Grab hadir di Indonesia pada tahun 2014, Grab di awal kemunculannya memperkenalkan GrabTaxi sebagai alat transportasi yang dapat di akses masyarakat secara online. Dengan kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah membuat Grab memperkenalkan trobosan-trobosan terbaru untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan

---

<sup>1</sup> Rizky Wijaya, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018). Hlm. 1

mulai memperkenalkan GrabCar, GrabBike, GrabExpress, dan yang terakhir GrabFood.<sup>2</sup>

Hubungan hukum antara driver dan konsumen dalam layanan transportasi online didasarkan pada suatu perjanjian yang menciptakan perikatan, sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUH Perdata). Perjanjian ini sesuai dengan definisi yang tertuang dalam Pasal 1313 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”

Dalam konteks layanan transportasi online, driver berjanji untuk melakukan jasa pengangkutan kepada konsumen, yang sejalan dengan ketentuan Pasal 1601 KUH Perdata tentang perjanjian untuk melakukan jasa. Perjanjian antara driver dan konsumen ini menciptakan suatu perikatan sebagaimana diatur dalam Pasal 1233 KUH Perdata. Perikatan ini merupakan hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Bagi driver, perikatan ini menimbulkan kewajiban untuk melaksanakan prestasi sesuai dengan Pasal 1234 KUH Perdata, yaitu:

“Tiap-tiap Perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu”.

Prestasi tersebut mencakup beberapa aspek penting, yaitu memberikan jasa transportasi sesuai dengan permintaan konsumen, mengantar konsumen atau barang ke tujuan yang telah disepakati dengan aman dan tepat waktu, serta

---

<sup>2</sup> Yeti Octavia, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020). Hlm. 3

mematuhi seluruh ketentuan dan peraturan yang telah disetujui dalam perjanjian, termasuk standar layanan yang ditetapkan oleh platform transportasi online.

Selain itu, perilaku jujur sangatlah penting dalam pelayanan ini karena dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang mendorong pembeli untuk membeli kembali barang dan layanan ketika mereka merasa puas. Akibatnya, kepuasan konsumen menyumbang porsi terbesar dalam penjualan suatu perusahaan. Namun sejalan dengan berjalannya perkembangan layanan aplikasi ini, muncul tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen, terutama terkait kualitas layanan dan kesesuaian produk yang diterima, hal ini tidak hanya melanggar kepercayaan konsumen, tetapi juga menimbulkan rasa ketidakpuasan dan kekecewaan. Lebih jauh lagi, perilaku ini berdampak negatif pada reputasi perusahaan.

**Gambar 1.1**



Sumber: akun sosial media konsumen yang bernama Ara

Gambar 1.2



Sumber: akun sosial media konsumen yang bernama Ara

Pada gambar 1.1 merupakan konsumen bernama Ara memesan dua gelas kopi dari melalui Klik Indomaret. Kemudian pihak Indomaret mengirimkan pesanan tersebut menggunakan layanan GrabExpress. Setelah menunggu 40 menit, Ara belum menerima pesannya, meskipun status di aplikasi menunjukkan bahwa pesanan telah diantar dan diterima. Merasa kebingungan, Ara menghubungi pihak Indomaret dan diberikan nomor kontak driver yang bertugas mengantarkan pesannya. Dalam percakapan pesan, driver mengklaim telah menghubungi Ara sebelumnya, namun Ara tidak menemukan riwayat panggilan tersebut di ponselnya. Driver akhirnya meminta Ara untuk membagikan lokasi dan akhirnya mengantarkan pesannya. Namun hanya satu gelas kopi yang diantarkan dengan alasan bahwa gelas lainnya telah diminum oleh temannya. Kecewa dengan layanan ini, Ara membagikan

pengalamannya di media sosial dan menandai akun resmi Grab, namun tidak mendapatkan respon dari pihak Grab atas keluhannya.

Dari kasus yang dialami oleh konsumen Grab di atas bahwa pesanan minuman tidak sesuai dengan yang dipesan menunjukkan adanya celah dalam perlindungan konsumen pada layanan berbasis aplikasi. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa:

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Definisi ini menegaskan pentingnya kerangka hukum yang kuat dan implementasi yang efektif untuk melindungi hak-hak konsumen, termasuk dalam konteks layanan berbasis aplikasi yang semakin berkembang.

Atas kejadian tersebut, driver telah gagal memenuhi kewajibannya dan dapat dianggap melakukan wanprestasi serta dapat dimintai pertanggungjawaban. Penting untuk mengetahui hubungan hukum ini tidak berdiri sendiri, melainkan juga dipengaruhi oleh perjanjian antara Grab sebagai perusahaan penyedia platform dengan driver dan konsumen, serta regulasi khusus yang mengatur tentang transportasi berbasis aplikasi online.

Penerapan Kode Etik oleh Grab merupakan langkah yang penting dalam menjaga kualitas layanan dan perlindungan konsumen. Jika terjadi ketidaksesuaian antara makanan yang dipesan dan apa yang diantar, Grab perlu mengambil tindakan cepat untuk mengatasi masalah tersebut dan memberikan kompensasi kepada konsumen yang dirugikan. Oleh karena itu, perusahaan

seperti Grab harus memastikan bahwa makanan yang diantarkan sesuai dengan pesanan dan berkualitas.<sup>3</sup> Dengan melakukan hal ini, akan membantu menjaga integritas layanan dan melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha, antara lain:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Meskipun Undang-Undang telah mengatur kewajiban pelaku usaha dengan jelas, dalam praktiknya masih banyak konsumen yang tidak mendapatkan ganti rugi atas ketidaksesuaian pesanan yang mereka terima. Situasi ini bertentangan dengan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen memiliki:

---

<sup>3</sup> Rasji and Alex Oktavian, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Layanan Grab Food Berdasarkan Pasal 4 Ayat 3 Undang-Undang No . 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" 7, no. 2 (2023): 1788–99. Hlm. 2

“Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara aturan yang berlaku dan implementasinya di lapangan semakin nyata. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menyediakan landasan hukum yang kuat, penerapannya dalam layanan digital masih memerlukan penyesuaian lebih lanjut. Kasus-kasus yang terjadi khususnya terkait ketidaksesuaian pesanan dalam layanan pesan antar makanan, menunjukkan adanya celah dalam perlindungan konsumen yang perlu diatasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Perlindungan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Grab atas Ketidakesuaian Pesanan yang Diterima Ditinjau Berdasarkan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada permasalahan diatas beberapa masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian pesanan yang diterima ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

2. Bagaimana upaya hukum bagi pihak konsumen jika mengalami kerugian ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berhubungan dengan pokok permasalahan diatas, maka dengan ini tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian pesanan yang diterima ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya hukum bagi pihak konsumen jika mengalami kerugian ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan atau manfaat penelitian yang hendak dicapai secara umum dalam suatu penelitian dapat dibedakan dalam 2 (dua) aspek, yang pertama aspek teoritis (akademis) dan kedua aspek praktis (guna laksana). Sehubungan dengan penelitian ini, maka kegunaan yang diharapkan dari penelitian yang disusun dalam bentuk karya ilmiah ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan serta membantu proses berkembangnya ilmu pengetahuan

pada disiplin Ilmu Hukum Keperdataan dan Hukum Perlindungan Konsumen pada khususnya.

## 2. Kegunaan Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan bagi masyarakat umum pengguna layanan Grab agar memahami langkah yang harus diambil ketika mengalami ketidaksesuaian pesanan yang diterimanya serta memahami aspek legalitas yang berlaku ketika mengalami ketidaksesuaian pesanan yang diterimanya.

## E. Kerangka Pemikiran

Kerangka teori dalam penelitian hukum diperlukan untuk membuat sesuatu menjadi jelas dengan nilai-nilai oleh postulat-postulat hukum sampai kepada landasan filosofi yang tertinggi.<sup>4</sup> Alasan Penulis menggunakan teori tersebut disebabkan teori ini dapat dijadikan sebagai pisau analisis terhadap objek penelitian yang diteliti dan memiliki tingkat relevansi dengan konsep perlindungan konsumen. Adapun penjabarannya Penulis paparkan sebagai berikut:

### 1. Teori Perjanjian

Pasal 1313 KUH Perdata berbunyi:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”

Pasal ini menerangkan secara sederhana tentang pengertian perjanjian yang menggambarkan tentang adanya dua pihak yang saling mengikatkan diri. Pengertian ini sebenarnya tidak begitu lengkap, tetapi

---

<sup>4</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991). Hlm. 254

dengan pengertian ini sudah jelas bahwa dalam perjanjian itu terdapat satu pihak mengikatkan dirinya kepada pihak lain.<sup>5</sup>

Menurut Sudikno Mertokusumo, Perjanjian yaitu perbuatan berdasar kesepakatan dimana seorang atau lebih saling mengikatkan dirinya untuk menimbulkan akibat hukum. Definisi tersebut menunjukkan adanya asas konsensualisme, asas kepercayaan, dan asas keseimbangan. Bahwa atas dasar kesepakatan dan kepercayaan, kedua pihak saling mengikatkan dirinya dalam perjanjian sehingga ada perjanjian dan keseimbangan hukum diantara keduanya.<sup>6</sup>

Menurut R. Subekti, Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana ada seorang berjanji kepada orang lain atau dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Hubungan antara kedua orang yang melakukan perjanjian mengakibatkan timbulnya suatu ikatan yang berupa hak dan kewajiban kedua belah pihak atas suatu prestasi. Perikatan adalah suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.<sup>7</sup>

Sebagai perwujudan tertulis dari perjanjian, perjanjian adalah salah satu dari dua dasar hukum yang ada selain Undang-undang yang dapat menimbulkan perikatan. Perikatan adalah suatu keadaan hukum yang

---

<sup>5</sup> Ahmadi Miru and Sakka Pati, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011). Hlm. 63

<sup>6</sup> Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)* (Yogyakarta: Liberty, 1995). Hlm. 97

<sup>7</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 1987). Hlm. 6

mengikat satu atau lebih subjek hukum dengan kewajiban-kewajiban yang berkaitan satu sama lain.<sup>8</sup>

## 2. Teori Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa Latin *statis*, artinya cukup baik atau *factio* (melakukan atau membuat). Sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai usaha pemenuhan sesuatu. Menurut teori Kotler menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen.<sup>9</sup> Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Menurut Kotler ada 4 (empat) cara mengukur kepuasan pelanggan:<sup>10</sup>

- a. Kritik dan saran.
- b. Menyewa jasa *ghost shopper*.
- c. Mencari tahu alasan pelanggan.
- d. Survey kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu

---

<sup>8</sup> Subekti. Hlm. 12

<sup>9</sup> Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global Research and Consulting Institute, 2017). Hlm. 81

<sup>10</sup> Rosyda, "Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator Dan Optimalisasinya," Gramedia, n.d., <https://www.gramedia.com/literasi/kepuasan-pelanggan/>. Diakses pada Senin 12 Desember 2023, pukul 20.34.

sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/ jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan serta kepuasan konsumennya.<sup>11</sup> Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali atau mengkonsumsi produk.

### 3. Teori Perlindungan Hukum

Awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles dan Zeno. Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak dapat dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.<sup>12</sup>

Satjipto Raharjo mengatakan bahwa perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar

---

<sup>11</sup> Sodirin and Maria Elina, "Pengaruh Kepuasan Pembeli Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pembeli Di MM Pringsewu," *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai* 04, no. 01 (2020). Hlm. 21

<sup>12</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000). Hlm. 53

dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Hukum dibutuhkan untuk mereka yang lemah dan belum kuat secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan sosial.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Muchsin perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.<sup>14</sup>

Sesuai dengan Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa:

“Negara Indonesia adalah Negara Hukum”

Oleh karena itu, segala kegiatan, urusan, ataupun aturan yang berlaku di Indonesia harus mengacu dan didasarkan pada hukum tertinggi yang berlaku yaitu Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Tidak boleh ada peraturan yang bertolak belakang dengan kedua sumber hukum tertinggi di Indonesia tersebut. Tidak boleh juga ada yang mengedepankan kepentingan golongan, politik, ataupun kepentingan lain, termasuk kepentingan ekonomi pribadi dan golongan. Mendukung bunyi pasal tersebut, dalam Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa:

“Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum”

---

<sup>13</sup> Rahardjo. Hlm. 53

<sup>14</sup> Muchsin, “Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia” (Universitas Sebelas Maret, 2003). Hlm. 14

Hal tersebut berarti bahwa setiap warga negara berhak dilindungi hak dan kewajiban hukumnya secara adil dan setara dihadapan negara dan hukum. Tidak ada yang boleh mengambil hak dan kewajiban tersebut secara paksa.<sup>15</sup>

Pada prinsipnya perlindungan hukum bersifat universal, tidak membeda-bedakan jenis kelamin, baik pria maupun wanita. Sebagai negara yang berlandaskan Pancasila, Indonesia memiliki kewajiban untuk menjamin perlindungan hukum bagi seluruh warganya tanpa terkecuali. Tujuan akhir dari perlindungan hukum ini adalah untuk menciptakan kesejahteraan bersama bagi seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, perlindungan hukum menjadi instrumen penting dalam mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan kolektif dalam bingkai negara hukum Indonesia.

#### 4. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan suatu perlindungan hukum bagi konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Di dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa:

“Perlindungan konsumen ialah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen”.

---

<sup>15</sup> Dwi Asmoro, “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Fintech (Financial Technology) Di Indonesia” (Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2021). Hlm 7-8

Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.<sup>16</sup> Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung maupun secara online seperti yang kini kian marak. Walaupun adanya transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan.

Menurut Adrianus, perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas. Meliputi perlindungan konsumen terhadap barang atau jasa yang dipakai hingga akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Cakupan tersebut dibedakan dengan dua aspek, yaitu:<sup>17</sup>

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen seperti ketidaksesuaian spesifik barang yang diinginkan. Contohnya pelanggaran kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha.
- b. Perlindungan konsumen terhadap diberlakukannya syarat-syarat tidak adil sehingga sangat merugikan konsumen.

---

<sup>16</sup> A. A. Gd Prawira Negara and I Nyoman Krisna Putra Satria, "Upaya Perlindungan Konsumen Terhadap Maraknya Penjualan Pakaian Merk Tiruan," *Ganeshha Civic Education Journal* 3, no. 2 (2021). Hlm. 48

<sup>17</sup> Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004). Hlm. 34

Konsep penelitian perlindungan konsumen berasal dari sebuah keinginan masyarakat. Yaitu keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dengan rasa aman inilah masyarakat akan terus melakukan pembelian yang dibutuhkan.<sup>18</sup> Sedangkan jika keinginan masyarakat tidak dipenuhi, maka banyak konsumen yang menyatakan tidak setuju dalam berbelanja yaitu dengan alasan:<sup>19</sup>

- a. Menimbulkan ketidaknyamanan dalam berbelanja.
- b. Menimbulkan keresahan jika terlalu sering melakukan promosi yang tidak benar.
- c. Merugikan Pembeli.

#### **F. Langkah-Langkah Penelitian**

Metode penelitian merupakan unsur penting dan mutlak dalam suatu penelitian atau pembangunan ilmu pengetahuan. Untuk memperoleh hasil maksimal diperlukan langkah-langkah yang teliti untuk mendapatkan informasi berupa data dan mengolahnya sesuai kebutuhan melalui metode sebagai berikut:

##### **1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang tujuannya memberikan

---

<sup>18</sup> Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen Dan Instrumen-Instrumen Hukumnya* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003). Hlm. 30

<sup>19</sup> Yemima Br. Sitepu, "Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Toko Alfamart Kecamatan Sai)," *JOM Fakultas Hukum* III, no. 2 (2016): 1–15. Hlm. 13

gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, mengkonstruksi gejala-gejala serta hubungan antara fenomena-fenomena yang diselidiki dan pengamatan beberapa kejadian untuk kemudian dianalisis secara aktual dengan realita yang ada.<sup>20</sup> Metode penelitian ini digunakan oleh penulis untuk mendapatkan gambaran yang sistematis dan menyeluruh mengenai perlindungan konsumen pada pengguna aplikasi Grab atas ketidaksesuaian pesanan yang diterima ditinjau berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## 2. Metode Pendekatan

Penelitian hukum ini menggunakan pendekatan kasus. Pendekatan ini bertujuan untuk mempelajari norma atau kaidah hukum yang dapat diterapkan. Pendekatan ini berupa pengambilan contoh kasus yang telah terjadi di dalam masyarakat. Penulis menggunakan pendekatan kasus karena penelitian ini bertujuan untuk perlindungan konsumen dalam suatu kasus, yaitu kasus ketidaksesuaian pesanan yang diterima melalui layanan Grab akibat kesalahan driver. Meskipun kasus ini tidak berupa putusan pengadilan umum, pendekatan kasus masih dapat diterapkan dalam penelitian ini. Pendekatan kasus dapat diterapkan pada berbagai jenis situasi atau peristiwa, tidak terbatas hanya pada kasus-kasus hukum yang telah diputuskan oleh pengadilan.

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014). Hlm. 29

### 3. Sumber dan Jenis Data

#### a. Sumber Data

- 1) Sumber Data primer merupakan data yang berasal dari data lapangan yang diperoleh dari wawancara dan informan. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber utama.<sup>21</sup> Dalam hal ini yaitu konsumen yang mengalami kerugian atas pesanan yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang diterima melalui layanan Grab.
- 2) Sumber Data sekunder, yaitu sumber yang diperoleh secara tidak langsung, diambil melalui pihak yang telah berhasil memperoleh data terkait sebelumnya berupa:
  - a) Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang paling utama yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan dan ketentuan yang dimuat dalam dokumen resmi meliputi:
    1. Undang-Undang Dasar 1945
    2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
    3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
  - b) Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan yang memberikan petunjuk terhadap bahan hukum primer.<sup>22</sup> Hal ini meliputi buku, jurnal ilmiah, dan bahan dari media internet yang

---

<sup>21</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, 1st ed. (Mataram: Mataram University Press, 2020). Hlm. 124

<sup>22</sup> Soerjono Soekanto and Sri Marmudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010). Hlm. 29.

relevan dengan topik penelitian mengenai Perlindungan Konsumen dan Grab.

- c) Bahan Hukum Tersier, yaitu data yang memberikan informasi tentang data primer dan sekunder, antara lain seperti kamus hukum, artikel, serta bahan hukum yang dapat dengan cara mengakses situs *website* melalui internet.

#### b. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, yaitu data yang bersifat deskriptif, data yang terkumpul berupa kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka. Pada penelitian ini data diperoleh dari data wawancara dan dokumentasi.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian dengan cara mengumpulkan data ini memiliki korelasi yang sangat erat yang saling berkesinambungan. Maka dari itu, ada beberapa cara dalam teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan dan wawancara.

- a. Studi kepustakaan ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mempelajari dan meneliti bahan-bahan hukum baik primer maupun sekunder mulai dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen, skripsi, jurnal dan *website* yang relevan dengan pembahasan mengenai perlindungan konsumen pada pengguna aplikasi Grab atas ketidaksesuaian pesanan yang diterima.

- b. Studi lapangan, yaitu metode studi lapangan ini dilakukan dengan cara wawancara. Pada metode ini penulis melakukan wawancara kepada konsumen yang pernah mengalami ketidaksesuaian pesanan yang diterimanya dalam pemesanan makanan melalui aplikasi Grab.

## 5. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu tahapan yang dilakukan setelah data terkumpul. Data yang diperoleh dari studi kepustakaan maupun dari penelitian lapangan akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu metode analisis data yang mengelompokkan dan menganalisis data yang diperoleh dengan penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori, asas-asas, dan kaidah-kaidah hukum yang diperoleh jawaban atas permasalahan yang dirumuskan.<sup>23</sup>

## 6. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung penelitian ini, penulis memilih lokasi sebagai berikut

### a. Penelitian Lapangan

- 1) Jalan Jatinangor, Sumedang.

### b. Penelitian Kepustakaan

- 1) Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung di Jl. A.H Nasution No. 105 Bandung.

---

<sup>23</sup> I Made Wirartha and Dhewiberta Hardjono, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi Dan Tesis* (Yogyakarta: ANDI, 2006). Hlm. 155

- 2) Perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum di Jl. A.H Nasution No. 105 Bandung.

### G. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa skripsi yang berhubungan dengan judul yang diteliti penulis, yaitu “Perlindungan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Grab atas Ketidaksesuaian Pesanan yang Diterima Ditinjau Berdasarkan Undang – Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, selain hal ini juga dilakukan untuk menghindari sebuah kesamaan dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Maka dari itu penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut;

1. Revika Nurpitaloka, *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Pelayanan Go-Food Melalui Aplikasi Berbasis Online Dalam Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*. (Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya, 2022). Kaitannya dengan penelitian ini adalah mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen dalam layanan pesan antar makanan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perbedaanya terletak pada penyedia layanannya, dalam penelitian di atas melalui Go-Food atau perusahaan PT Gojek Indonesia. Sementara penulis melalui perusahaan PT Grab Teknologi Indonesia, dan mengkaji kode etik atau sanksi yang diterapkan kepada driver.

2. Mohd. Fikryansyah, *“Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Grab-Food Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”* (Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Islam Riau, 2021). Kaitannya dengan penelitian ini adalah mengkaji perlindungan konsumen dalam layanan pesan antar melalui aplikasi Grab dan Undang-Undang yang digunakan yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perbedaannya, dalam penelitian ini penulis lebih spesifik terhadap kasus driver yang tidak mengantarkan pesanan sesuai dengan aplikasi sehingga merugikan konsumen.
3. Maolana Nur Insan, *“Perlindungan Hukum Bagi Driver Grab Pada Pembatalan Sepihak Oleh Konsumen Dalam Transaksi Grabfood”*. (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2022). Kaitannya dengan penelitian ini adalah mengkaji perlindungan hukum yang melibatkan driver dan konsumen pengguna aplikasi Grab. Perbedaannya dalam penelitiannya mengkaji tentang perlindungan hukum bagi driver pada pembatalan sepihak oleh konsumen. Sementara dalam penelitian ini, penulis mengkaji tentang perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian pesanan yang diterima dalam layanan Grab karena kesalahan driver.