

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Transportasi online sebagai layanan yang memudahkan masyarakat Indonesia dalam melakukan mobilitas perjalanan. Transportasi online yang kini hadir di Indonesia yaitu taksi online dan ojek online yang hanya ada khusus di Indonesia, termasuk kedalam apa yang disebut sebagai *Transportation Network Companies (TNC)*. Di negara tempat dimana *TNC* itu berawal yaitu Amerika, *TNC* menyediakan jasa transportasi mobil/taksi online. Namun, di Indonesia transportasi online dibuat lebih bervariasi dengan dimunculkannya layanan ojek online.

Definisi *Transportation Network Companies (TNC)* berasal dari *California Public Utilities Commission (CPUC)*.<sup>1</sup>*CPUC* adalah lembaga resmi yang berhak memberikan regulasi terhadap *TNC* yang sudah berkembang pesat di Amerika seperti Uber, Lyft dan Sidecar. *CPUC* mendefinisikan *TNC* seperti sebuah perusahaan (bermitra ataupun pemilik tunggal) atau bentuk lain yang menyediakan jasa transportasi yang sudah diatur sebelumnya untuk kompensasi dan lain-lain menggunakan aplikasi *online enabled* atau platform untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi. Pengemudi *TNC* menggunakan kendaraan pribadi

---

<sup>1</sup> Azevedo F et al. 2015. *Social, Economic and Legal Consequences of Uber and Similar Transportation Network Companies (TNC's)*. doi: 10.2861/022293. [diunduh 2016 Desember 12]. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/563398/IPOL\\_BRI\(2015\)563398\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/563398/IPOL_BRI(2015)563398_EN.pdf)

mereka.

*TNC* adalah model bisnis yang inovatif dan dianggap contoh dari apa yang disebut sebagai *sharing economy*. Sama seperti *sharing economy*, *TNC* juga menerapkan konsep *car sharing* dan *ride sharing*. Prinsip *sharing economy* memungkinkan orang untuk berbagi barang dan jasa dengan menggunakan platform internet dan aplikasi *Information and Communication Technology (ICT)*.

Prinsip *sharing economy* mempertemukan konsumen yang memiliki sumber daya kendaraan pribadi atau keterampilan mengemudi dengan konsumen yang membutuhkan pelayanan transportasi dengan biaya transaksi yang wajar. Prinsip *sharing economy* menawarkan peluang untuk meningkatkan efisiensi, pertumbuhan, lapangan kerja, dan peningkatan pilihan konsumen.

*TNC* menggunakan teknologi smartphone untuk menghubungkan konsumen dengan pengemudi yang tersedia dan dekat dengan posisi konsumen. Pengemudi memberikan layanan transportasi menggunakan kendaraan pribadi mereka sendiri. Konsumen dapat melihat profil beserta rating pengemudi sebelum melakukan transaksi perjalanan. Konsumen juga dapat melihat biaya perjalanan sebelum melakukan transaksi perjalanan. Setelah konsumen melakukan transaksi perjalanan, aplikasi *TNC* pada smartphone akan mengarahkan pengemudi ke lokasi penjemputan konsumen. Setelah sampai ditempat penurunan, konsumen dapat melakukan pembayaran secara tunai ataupun dengan kartu kredit yang telah didaftarkan pada saat mengunduh aplikasi *TNC* pada smartphonemobile.

Parlemen Eropa mencatat hadirnya *TNC* pada tahun 2015 di negara-negara

benua Eropa mengalami perdebatan.<sup>2</sup> Argumen yang mendukung adanya *TNC* di Eropa menjelaskan bahwa *TNC* memberikan harga yang menarik dan transportasi pilihan tambahan bagi konsumen, yang pada akhirnya dapat menyebabkan penurunan kepemilikan mobil dan penciptaan lapangan kerja baru.

Alasan yang lebih rinci tentang keunggulan *TNC* bagi orang yang mendukungnya sebagai berikut: Pertama, berkurangnya biaya pencarian konsumen. Jika konsumen mencari layanan transportasi secara tradisional dihadapkan dengan biaya pencarian dengan hasil yang tidak pasti. Konsumen yang menggunakan jasa taksi tradisional dihadapkan dengan rentang waktu menunggu yang tidak pasti. Namun, bila konsumen menggunakan *TNC* maka konsumen dapat melihat kemajuan permintaan mereka melalui smartphone mereka.

Kedua, konsumen dapat menilai pengemudi dengan mengisi rating. Jika rating pengemudi buruk maka *TNC* akan menghapus pengemudi tersebut dari aplikasi. Sehingga, akan mendorong pengemudi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Ketiga, untuk biaya perjalanan konsumen dapat mengetahuinya sebelum keberangkatan dan dapat dibandingkan dengan operator *TNC* yang lain. Sehingga, *TNC* memberikan transparansi harga kepada konsumen.

Keempat, *TNC* menggunakan layanan *ICT* yang membuat pengemudi ilegal tidak dapat masuk kedalam operasi sehingga membatasi persaingan dan menyebabkan transfer besar dari konsumen kepada produsen. Kelima, *TNC* mengoptimalkan pemanfaatan aset atau keterampilan yang lebih besar. Keenam,

---

<sup>2</sup> *ibid*

*TNC* menyerahkan waktu kerja kepada pengemudi, maka pengemudi dapat memilih kapan harus bekerja dan kapan harus beristirahat (atau kapan harus masuk dan keluar pasar), sehingga pengemudi *TNC* dapat bekerja penuh waktu atau paruh waktu untuk mencari pendapatantambahan.

Argumen yang menolak kehadiran *TNC* di eropa beranggapan bahwa keunggulan kompetitif yang dimiliki *TNC* ialah hasil dari mengeksploitasi kelonggaran dalam persyaratan, dan standar peraturan yang lebih rendah untuk keselamatan konsumen. Alasan yang lebih rinci terhadap penolakan *TNC* bagi orang-orang yang menolak kehadiran *TNC* di eropa diantaranya: Pertama, *TNC* tidak mengikuti peraturan ketika masuk kedalam pasar jasa transportasi. Kedua, *TNC* akan memonopoli pasar jasa transportasi. Ketiga, *TNC* melanggar privasi pelanggan. Keempat, *TNC* mendiskriminasikan pengemudi dan penumpang. Kelima, *TNC* merusak standar bekerja. Terakhir, *TNC* terbebas dari pembayaran pajak.

Perkembangan *TNC* di Indonesia juga mengalami perdebatan sama seperti negara-negara di benua eropa. Pada awal-awal kemunculan ojek online, Menteri Perhubungan Ignasius Jonan mengeluarkan Surat Pemberitahuan Nomor UM.3012/1/21/Phb/2015 yang mewajibkan ojek online untuk berhenti beroperasi. Namun, atas permintaan masyarakat akhirnya surat pemberitahuan tersebut dicabut oleh Menteri Perhubungan Ignasius Jonan atas perintah Presiden Joko Widodo.<sup>3</sup>

Ojek online memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan ojek

---

<sup>3</sup> BBC. 2015. Menhub Jonan „Batalkan“ Pelarangan Ojek Online?. [diunduh 2017 Januari 2]. [http://www.bbc.com/indonesia/berita\\_indonesia/2015/12/151218\\_indonesia\\_menhub\\_ojekoperasi](http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2015/12/151218_indonesia_menhub_ojekoperasi)

konvensional. Biaya perjalanan yang dibebankan kepada konsumen ojek online lebih murah dibandingkan dengan ojek konvensional. Keunggulan ini mempengaruhi perkembangan ojek online di Indonesia. Hingga saat ini, perkembangan ojek online sangat pesat di Indonesia.

Nadiem Makarim mendirikan PT. Go-Jek Indonesia yang mengawali jasa ojek online di Indonesia. Go-Jek menyediakan jasa selain ojek online antara lain Go-Car yaitu jasa taksi online, Go-Massage yaitu jasa antar tukang urut, Go-Clean yaitu jasa antar pembantu, dan lain-lain. Go-Jek telah memiliki jangkauan terluas dengan melayani 15 kota besar di Indonesia. Go-Jek saat ini telah memiliki lebih dari 250,000 mitra. Go-Jek telah melakukan kerja sama dengan 35,000 pedagang makanan untuk jasa Go-Food. Aplikasi Go-Jek telah diunduh lebih dari 25,000,000 pengguna smartphone di Indonesia.<sup>4</sup>

Seiring berkembangnya bidang teknologi modern yang didukung dengan meluasnya sosial media, membuat para pelaku usaha mulai dapat melebarkan sayapnya . Dan salah satu bidang yang sedang populer di masyarakat saat ini adalah pelayan jasa transportasi darat berbasis aplikasi online. Salah satu aplikasi transportasi darat yang sedang digandrungi oleh banyak masyarakat adalah aplikasi GO-Jek yang didirikan oleh salah satu anak bangsa kebanggaan Indonesia. Berkat Antusiasme masyarakat yang luar biasa PT Gojek indonesia dengan cepat menjadi salah satu perusahaan Fintech terbesar dan tersukses di Indonesia.

---

<sup>4</sup>Antarnews. 2016. Ojek “Online” Bantu Turunkan Pengangguran. [diunduh 2017 Januari 2]. <http://www.antarnews.com/berita/595232/ojek-online-bantu-turunkan-pengangguran>

Dengan kesuksesan PT Gojek Indonesia , membuat tingkat permintaan atas jasa gojek semakin meningkat , pun memberikan banyak layanan yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai contoh Go-Ride yang dapat memberikan layanan transportasi darat menggunakan kendaraan roda dua ,Go-Car yang dapat memberikan layanan transportasi darat menggunakan kendaraan roda empat , Go-Food yang dapat memberikan layanan pemesanan makanan melalui mitra mitra dari Go-Food itu sendiri, Go-Send dimana kita dapat mendapatkan layanan mengirim barang antar satu wilayah yang sama dan masih banyak lagi. Layanan ini tentu memberikan kemudahan yang lebih bagi masyarakat pengguna aplikasi Gojek .

Tetapi Bagi saya selaku penulis karya tulis ini, yang ingin saya soroti adalah bagian perjanjian antara pihak-pihak yang terlibat didalam transaksi antara mitra gojek, konsumen dan juga PT Gojek Indonesia selaku penyedia jasa aplikasi.

Bahwa penulis ingin mengkaji dalam proses perjanjiannya dikarenakan paradigma masyarakat mengatakan bahwa proses transaksi online atau perjanjian online itu tidak dengan syarat sah perjanjian yang dimana hal itu mengacu dalam pasal 1320 KUHper , mengatakan “Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat: 1. kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; 2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan3. suatu pokok persoalan tertentu; 4. suatu sebab yang tidak terlarang. dimana didalam pasal 1320 angka 3 termaktub suatu pokok persoalan tertentu yang di ibaratkan bahwa objek dalam perjanjian harus jelas dan nyata, sedangkan dalam perjanjian atau transaksi online itu objek

perjanjian belum jelas dan belum terjamin kepastian objeknya . Kurangnya karya tulis yang membahas tentang perjanjian apakah yang terjadi antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi pemesanan ojek online dan kejelasan objek dalam perjanjiannya.

inilah yang menjadi dasar bagi saya selaku penulis untuk membahas secara lebih mendalam tentang “TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMESANAN OJEK ONLINE”.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah dalam persoalan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian pemesanan ojek online ?
2. Apa kendala – kendala dalam pelaksanaan dan solusi dalam pelaksanaan ?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk dapat memahami dan mengetahui bagaimana pelaksanaan perjanjian pemesanan ojek online.
2. Untuk dapat mengetahui kendala – kendala dalam pelaksanaan perjanjian pemesanan ojek online dan bagaimana solusi dari kendala tersebut.

## **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Kegunaan penelitian yang dituangkan dalam karya tulis ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penulisan hukum ini dibuat dan ditujukan kepada mahasiswa hukum yang nantinya dapat berguna dan bermanfaat , Khususnya dalam ruang lingkup mahasiswa kekhususan hukum ekonomi yang berhubungan dengan Tinjauan Pelaksanaan Perjanjian Pemesanan Order Online.

2. Secara Praktis

Diharapkan dapat memberi pengetahuan kepada pembaca sehingga pembaca dapat lebih mengerti mengenai pelaksanaan perjanjian pemesanan order online.

## **E. TERMINOLOGI**

Terminologi menginformasikan kata-kata yang ada pada judul skripsi.

1. Perjanjian

Perjanjian atau kontrak adalah suatu peristiwa di mana seorang atau satu pihak berjanji kepada seorang atau pihak lain atau di mana dua orang atau dua pihak itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal Subekti : perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain, atau di mana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.

Sudikno : perjanjian adalah merupakan hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasar kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum(Pasal 1313 Kitab Undang-undang Hukum Perdata Indonesia).

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi biasanya dilakukan



setelah perencanaan sudah dianggap siap. Secara sederhana pelaksanaan bisa diartikan penerapan<sup>5</sup>

### 3. Tinjauan

Hasil meninjau pandangan pendapat sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya.<sup>6</sup>

### 4. Pemesanan

Proses, perbuatan, cara memesan atau memesankan.<sup>7</sup>

### 5. Ojek Online

Ojek online merupakan ojek sepeda motor yang menggunakan teknologi dengan memanfaatkan aplikasi pada smartphone yang memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek tidak hanya dalam hal sebagai sarana pengangkutan orang dan/atau barang namun juga dapat dimanfaatkan untuk membeli barang bahkan memesan makanan sehingga dalam masyarakat global terutama di kota-kota besar dengan kegiatan yang sangat padat dan tidak dapat dipungkiri masalah kemacetan selalu menjadi polemik, ojek *online* ini hadir untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari dengan mengedepankan teknologi yang semakin maju.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup>[digilib.unila.ac.id/4718/11/BAB%20II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/4718/11/BAB%20II.pdf), diakses pada 8 Mei 2019

<sup>6</sup><https://kbbi.web.id/tinjauan>

<sup>7</sup><https://kbbi.web.id/pesan>

<sup>8</sup><https://suduthukum.com/2017/03/ojek-online.html>

## F. METODE PENELITIAN

### 1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis-empiris, yaitu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif (kodifikasi, undang-undang, atau kontrak) secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Implementasi secara *in action* tersebut merupakan fakta empiris dan berguna untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh Negara atau oleh pihak-pihak dalam kontrak. Implementasi secara *in action* diharapkan akan berlangsung secara sempurna apabila rumusan ketentuan hukum normatifnya jelas dan tegas serta lengkap.<sup>9</sup>

Pendekatan *yuridis* digunakan untuk menganalisis berbagai peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan pendaftaran tanah. Sedangkan pendekatan *empiris* digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang berpola dalam kehidupan masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan.<sup>10</sup>

### 2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan memberikan gambaran mengenai permasalahan yang terjadi sehubungan dengan menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan teori yang relevan kemudian dikumpulkan melalui data-data yang

---

<sup>9</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hal. 134.

<sup>10</sup> Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hal. 43.

dikumpulkan, diolah, serta disusun secara teori yang ada untuk mendapatkan pemecahan masalah sesuai ketentuan yang berlaku.

### 3. Sumber data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder yang dijelaskan sebagai berikut :

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objeknya melalui wawancara dengan responden yang dimaksud wawancara dalam hal ini adalah mengadakan wawancara secara langsung dengan objek yang diteliti sehingga memperoleh data yang diperlukan.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Dengan cara mempelajari peraturan-peraturan dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian :

Bahan Hukum Primer :

- a. Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
- b. UU No 11 Tahun 2008 Tentang Transaksi dan Informasi Elektronik
- c. UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Bahan Hukum Sekunder :

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder tersebut adalah :

- a) Pendapat Ahli
- b) Buku – buku Terkait
- c) Hasil wawancara

#### Bahan Hukum Tersier :

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier tersebut adalah media internet

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Dalam Usaha pengumpulan data penelitian ini ada beberapa teknik yang digunakan, yaitu :

##### Wawancara

Agar memperoleh data yang lebih konkrit, maka dilakukan metode penelitian wawancara terhadap responden di lapangan. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian, dalam hal ini bekerja sama dengan pihak PT. Go-Jek Indonesia dan Mitra PT. Go-Jek Indonesia.

#### 5. Analisis Data

Dalam melakukan pendekatan yuridis empiris ini, metode yang digunakan adalah metode analisis kualitatif. Metode ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu : pertama, menyesuaikan metode ini lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda; kedua, metode ini menyajikan secara

langsung hakekat hubungan antara peneliti dengan responden; ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.<sup>11</sup>

Dari hasil penelitian terhadap data yang diperoleh, maka dilakukan pengolahan data dengan teknik editing, yaitu meneliti, mencocokkan data yang didapat, serta merapikan data tersebut. Selain itu digunakan juga teknik coding, yaitu meringkas data hasil wawancara dengan responden atau pihak-pihak yang terkait penelitian ini dengan cara mengelompokkan dalam kategori tertentu yang sudah ditetapkan.

## **G. Sistematika Penulisan**

Supaya skripsi ini mudah dipahami dan mencapai tujuan yang diharapkan, maka skripsi ini penulis susun dengan sistematika sebagai berikut :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian dan Sistematika Penelitian yang membuat penulis mengambil judul skripsi tentang, “Tinjauan Pelaksanaan Perjanjian Pemesanan Ojek Online”

### **BAB II            TINJAUAN PUSTAKA**

---

<sup>11</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, hal. 5. 2000.

Dalam bab ini akan dibahas mengenai tinjauan umum tentang perjanjian ,pengertianperjanjian , syaratsyarat yang menyebabkanperjanjianuntukdilakukan , pihak – pihak yang terlibat dalam perjanjian pemesanan ojek online, akibat hukum yang terjadi dalam perjanjian pemesanan ojek online.

### BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi uraian mengenai inti dari skripsi ini yang memuat tentang perjanjian pemesanan ojek online , pihak mana sajakah yang terlibat dalam perjanjian pemesanan ojek online dan

### BAB IV PENUTUP

Pada bab ini, penulis akan memamparkan kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan, penulis menguraikan hasil simpulan penulis terkait dengan Tinjauan Pelaksanaan Perjanjian Pemesanan Ojek Online . Kesimpulan tersebut mengacu kepada hasil analisa wawancara dan pembahasan yang mana menunjukkan adanya saling keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Sementara itu, saran yang penulis sampaikan pada bab ini adalah saran- saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi penerapan atau bagaimana pengimplementasian ketentuan hukum dimasyarakat.