

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA ONLINE
(E-COMMERCE)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi Sebagai Persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh :

Kharisma Hidayah

30301700179

PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2021

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA ONLINE
(E-COMMERCE)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi Sebagai Persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh :

Kharisma Hidayah

30301700179

PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2021

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA ONLINE
(E-COMMERCE)**



Diajukan oleh :

Kharisma Hidayah

30301700179

Telah Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing :

Dr. Hj. Aryani - Witasari, SH., M.Hum

NIDN : 06-1510-6602

Tanggal,

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA ONLINE
(E-COMMERCE)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**KHARISMA HIDAYAH
NIM: 30301700179**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal ... Agustus 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji
Ketua


Dr. Hj. Siti Ummu Adillah, S.H., M.Hum
NIDN: 0605046702

Anggota

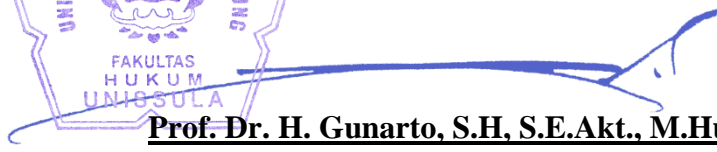
Anggota


Dr. H. Widhi Handoko, S.H., M.Kn
NIDN: 168896160017


Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum
NIDN: 0615106602

Mengetahui
Dekan Fakultas Hukum Unissula




Prof. Dr. H. Gunarto, S.H, S.E.Akt., M.Hum
NIDN:06-0503-62005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kharisma Hidayah

NIM : 30301700179

Dengan ini saya nyatakan bahwa Karya Tulis Ilmiah yang berjudul :

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA ONLINE**

(E-COMMERCE) adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 19 Agustus 2021



Kharisma Hidayah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kharisma Hidayah

NIM : 30301700179

Progam Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Alamat Asal : Cikarang

Dengan ini menyerahkan Karya Ilmiah berupa Skripsi dengan judul : **TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI ONLINE (E-COMMERCE)** Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikanya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/ Plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 19 Agustus 2021

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SPESIAL BUKU BURSA 10000', 'METRO TEMPEL', and '3DAA7AJX180276852'.

Kharisma Hidayah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

فَإِذَا بَلَغْنَ أَجَلَهُنَّ فَأَمْسِكُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ أَوْ فَارِقُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ وَأَشْهَدُوا ذَوَىٰ عَدْلٍ مِّنكُمْ وَأَقِيمُوا
الشَّهَادَةَ لِلَّهِ ۚ ذَٰلِكُمْ يُوعَظُ بِهِ مَن كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ ٱلْآخِرِ ۚ وَمَن يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَل لَّهُ مَخْرَجًا

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.”(Qs. Ath-Thalaq ayat 2-3)

Persembahan

1. Orang tua penulis
2. Seluruh dosen Fakultas
Hukum
3. Sahabat dan teman-teman
penulis



KATA PENGANTAR

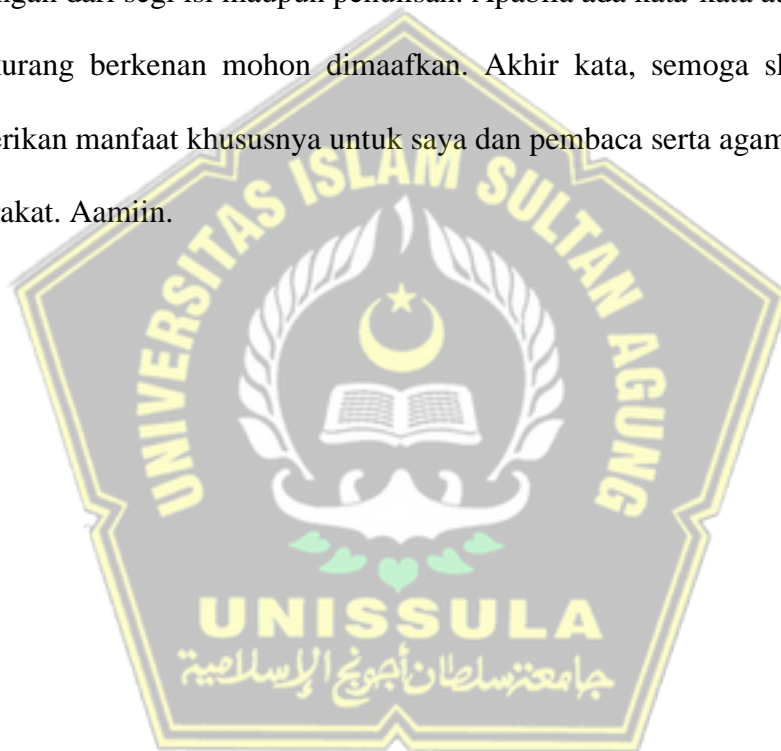
Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Penulisan skripsi yang berjudul **“Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (*E-Commerce*)”** dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) di Fakultas Hukum UNISSULA.

Penulisan skripsi ini sangat sulit terwujud apabila tanpa bimbingan serta doa juga dukungan dari berbagai pihak yang juga membantu penyelesaian skripsi ini. Maka perkenankanlah saya menyampaikan rasa terimakasih dan ras hormat kepada :

1. Bapak Drs. H. Bedjo Santoso, MT, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, S.H, S.E, Akt, M.Hum Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr Arpangi, S.H., M.H Selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ibu Dr. Hj. Aryani Witasari, SH., M.Hum Selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Hukum Unissula.serta dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Hukum UNISSULA yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan.
7. Seluruh staf administrasi Fakultas Hukum UNISSULA yang telah membantu semasa perkuliahan.

Saya menyadari bilamana pada skripsi ini masih memiliki banyak sekali kekurangan dari segi isi maupun penulisan. Apabila ada kata-kata ataupun kalimat yang kurang berkenan mohon dimaafkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat khususnya untuk saya dan pembaca serta agama, negara, dan masyarakat. Aamiin.



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ixi
ABSTRAKSI.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Terminologi.....	9
F. Metode Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Tinjauan Umum Tentang jual Beli Online (<i>E-commerce</i>).....	17

1. Pengertian Jual Beli Online (<i>E-Commerce</i>)	17
2. Pihak-Pihak Dalam Transaksi Online (<i>E-Commerce</i>).....	21
3. Jenis-Jenis Transaksi Online (<i>E-Commerce</i>).....	25
B. Tinjauan Tentang Perlindungan Hukum Jual Beli Online (<i>E-commerce</i>)...	28
1. Perkembangan Hukum Jual Beli	28
2. Perlindungan Hukum Jual Beli <i>Online</i>	30
3. Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli <i>Online</i>	33
C. Tinjauan Umum Jual Beli <i>Online</i> (<i>E-Commerce</i>) Menurut Hukum Islam	37
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Error! Bookmark not defined.	
A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (<i>E-commerce</i>)	Error! Bookmark not defined.
B. Upaya Hukum Yang Dapat Ditempuh Oleh Konsumen Jika Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (<i>E-Commerce</i>)	43
BAB IV PENUTUP	73
A. KESIMPULAN.....	73
B. SARAN	75
DAFTAR PUSTAKA	77

ABSTRAKSI

Pemanfaatan *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. Pentingnya permasalahan hukum di bidang *E-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pihak konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui Internet. Perkembangan ini muncul karena adanya penawaran dan penerimaan dari masyarakat, Dibuktikan dengan munculnya berbagai macam toko daring seperti Kaskus, Tokopedia, Bukalapak, Shopee hingga Lazada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*) serta Untuk mengetahui dan menganalisis upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*)

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif. Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yang terdiri dari hukum primer, sekunder dan tersier. Alat pengumpulan data yaitu penelitian kepustakaan. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan ini adalah perlindungan hukum terhadap pengguna *e-commerce* dengan menegakkan hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 19, 20, 21, 24, dan 26 dan regulasi terkait dengan penyelenggaraan jual beli online (*e-commerce*) serta pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak seperti pemerintah, badan perlindungan konsumen nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa wanprestasi dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yaitu litigasi dan non litigas.

Kata Kunci : *Perlindungan Hukum, Konsumen, E-Commerce*

ABSTRACT

The use of e-commerce in the world of commerce has an impact on Indonesian society, this is related to very important legal issues. The importance of legal issues in the field of E-commerce is especially in providing legal protection for consumers who make buying and selling transactions via the Internet. This development arose due to offers and acceptance from the public, as evidenced by the emergence of various kinds of online stores such as Kaskus, Tokopedia, Bukalapak, Shopee to Lazada. This study aims to determine and analyze legal protection for consumers in online buying and selling transactions (e-commerce) and to find out and analyze legal remedies that can be taken by consumers in the event of default in online buying and selling transactions (e-commerce).

The approach method used in this research is a normative juridical approach. The specification of this research is descriptive analysis. The data sources used are secondary, primary and tertiary data. The data collection tool is library research. The data analysis technique used is qualitative analysis.

The results of this study are legal protection for e-commerce users by enforcing consumer rights in accordance with Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection articles 19, 20, 21, 24, and 26 and regulations related to the implementation of online buying and selling (e-commerce) and the implementation of consumer protection is also supported by involving several parties such as the government, national consumer protection agencies and Non-Governmental Organization for Consumer Protection. Legal measures that can be taken in settling default disputes in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection are litigation and non-litigas.

Keywords: Legal Protection, Consumers, E-commerce

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dibidang telekomunikasi dan informasi saat ini, mengakibatkan peningkatan diseluruh aspek kehidupan manusia. Peningkatan ini sudah tentunya membantu untuk memudahkan kehidupan manusia dalam pekerjaannya. Peningkatan teknologi saat ini yang sangatlah cepat yaitu berupa teknologi dalam hal komunikasi.

Perkembangan teknologi dalam hal komunikasi saat ini menghadirkan kecanggihan yang mana manusia dapat melakukan segala hal melalui satu perangkat. Selain itu perkembangan teknologi ini lambat laun secara tidak langsung turut mengubah perilaku manusia secara keseluruhan dalam kehidupan sehari-hari. Bukti lain dari perkembangan teknologi saat ini yang paling nyata hingga saat ini adalah internet, yang mana dalam sejarahnya menciptakan dunia baru atau *cyberspace*. *Cyberspace* adalah sebuah dunia komunikasi yang berbasis computer (*computer mediated communication*) yang berupa realita dalam bentuk realitas virtual (*virtual reality*).¹

¹Wiwik Meilarati, *Aspek Hukum Penipuan Berbasis Internet*, Keni Media, Makassar, 2017, hlm. 8.

Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (browsing, surfing) mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan.² Perkembangan internet juga telah berkembang di berbagai aspek dan dimensi kehidupan manusia khususnya dalam kehidupan sosial. Internet dapat dikatakan mengubah kehidupan sosial tentunya dari segi komunikasi baik terhadap sesama maupun komunikasi terhadap lingkungan. Semula komunikasi manusia yang dilakukan dengan cara bertemu langsung atau surat-menyurat sekarang telah berubah melalui jaringan internet dengan aplikasi *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *telegram*, dan lain-lain. Adanya internet secara tidak langsung mengubah seseorang menjadi *up to date* terhadap suatu kejadian yang sedang terjadi jadi mengharuskan seseorang untuk selalu *online*.

Online adalah keadaan computer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan internet. Sesungguhnya *online* tidak hanya dapat terhubung melalui perangkat computer saja tapi saat ini juga dapat diakses melalui HP (handphone) yang membuat semakin mudahnya terhubung antar wilayah tanpa perlu banyak waktu.

Adanya keadaan *online* yang terhubung jaringan internet juga mempermudah dalam hal perdagangan. Ini tentu memudahkan pelaku usaha

²Ahmad M.Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2004, hlm.1.

untuk mendapatkan pasar terbaik guna memasarkan produknya untuk memperoleh konsumen. Para pelaku usaha dan konsumen saat ini bertemu tidak hanya di pasar yang pada umumnya mempertemukan penjual dan pembeli tetapi saat ini semakin berkembang dengan adanya pasar yang secara *online*. Oleh karena itu pelaku usaha saat ini dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya karena persaingan usaha tidak hanya terjadi di pasar lokal yang biasanya mempertemukan penjual dan pembeli tetapi juga pasar yang secara *online* yang terhubung melalui jaringan internet.

Sebagaimana dengan pasar lokal yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, dalam pasar yang secara *online* juga terdapat toko-toko yang sifatnya *online* atau dikenal dengan *online shop*. *Online shop* merupakan proses pembelian barang/jasa oleh konsumen ke penjual realtime, tanpa pelayan, dan melalui internet. Toko virtual ini mengubah paradigma proses membeli barang/jasa dibatasi oleh tembok, pengecer, atau mall.³ Perkembangan belanja melalui sistem daring di Indonesia berkembang dengan pesat. Indonesia menjadi salah satu negara yang tren dengan kehadiran toko daring. Hal ini dibuktikan dengan munculnya berbagai macam toko daring seperti Kaskus, Tokopedia, Bukalapak, Shopee hingga Lazada.⁴ Perusahaan-perusahaan tersebut menjadi wadah atau tempat para

³http://meaolshoppontianak.blogspot.com/p/blog-page_51.html, diakses pada tanggal 16 Februari 2021 Pukul 00:46 WIB.

⁴ <https://www.kompasiana.com/mfachrip>, diakses pada tanggal 16 Februari 2021 Pukul 00:54 WIB.

online shop untuk memasarkan produknya tanpa harus menjual secara langsung dan para konsumen tidak harus membeli produknya secara langsung.

Walaupun para penjual dapat memasarkan produknya tidak secara langsung melainkan melalui *platform* seperti Kaskus, Tokopedia, Bukalapak, Shopee hingga Lazada tetapi dalam mekanisme pelaksanaannya tentu setiap *platform* tersebut memiliki aturan dan kebijakan yang harus disetujui serta dipatuhi oleh para *online shop*. Serta juga walaupun para konsumen dapat membeli barang yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke toko akan tetapi untuk membeli produk yang diinginkan tersebut para konsumen juga harus menyetujui ketentuan yang ditetapkan oleh *online shop*.

Kebijakan yang ditetapkan oleh para *online shop* kepada para konsumennya terkadang dianggap merugikan pihak konsumen. Karena dalam pelaksanaannya terkadang tidak sebagaimana mestinya jual beli yang terjadi di pasar lokal. Jual-beli didasarkan atas adanya perjanjian yang mana perjanjian jual-beli dapat dikatakan ada atau sudah lahir bila tercapai kata “sepakat” mengenai harga dan barang. Serta juga para pihak sudah setuju tentang barang dan harga yang melahirkan perjanjian jual beli yang sah.⁵ Suatu perjanjian dapat dikatakan “sah” sebagaimana yang telah diatur pada

⁵Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 2.

Pasal 1320 KUHPerdara harus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian yaitu :

1. Adanya kesepakatan kehendak (Consensus, Agreement),
2. Adanya kecakapan bertindak pada masing – masing pihak menurut hukum,
3. Sesuatu hal tertentu (ada objek tertentu) yang diperjanjikan,
4. Adanya suatu sebab diperbolehkan / halal / legal⁶

Jual beli dalam arti umum merupakan suatu perikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Perikatan adalah akad yang mengikat dua belah pihak. Tukar-menukar yaitu salah satu pihak menyerahkan ganti penukaran atas sesuatu yang di tukarkan oleh pihak lain.⁷ Terkait dengan jual beli untuk ketentuan hukumnya diatur dalam *burgerlijk wetboek* (B.W.) namun dalam perkembangannya (B.W.) terdapat jual-beli *online* dan dalam hal tersebut (B.W.) belum mengatur hal tersebut.

Jual beli pada dasarnya adalah Transaksi antara satu orang dengan orang lain yang berupa tukar – menukar suatu barang dengan barang yang lain berdasarkan tata cara atau akad tertentu dengan penukaran antara barang dan uang.⁸ Dalam perjanjian dan jual beli telah diatur di dalam Kitab Undang – undang Hukum Perdata (KUHPerdara / BW(Burgelijk Wetbook))

⁶ Sri Hastirin dan Aryani Witasari, *Pengantar Hukum Indonesia*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang PRESS, Semarang, 2012, hlm. 42.

⁷ <http://etheses.iainponorogo.ac.id/>, diakses pada tanggal 16 Februari 01:43 WIB.

⁸<https://islamiwiki.blogspot.com/>, diakses pada tanggal 16 Februari 01:56 WIB.

dalam buku III. Kegiatan jual beli di dalam Internet biasa disebut juga dengan Perdagangan Elektronik atau *electronic commerce* atau disingkat dengan *E – commerce*. *Electronic Commerce* adalah merupakan suatu proses penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti, handphone dan komputer,yaitu jaringan internet. *E – commerce* dapat melibatkan transferdana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen investoir otomatis, dan sistem pengumpula data otomatis.

Kemajuan di dalam dunia *E – commerce* dalam jual beli banyak memberikan tawaran yang dibutuhkan masyarakat dengan adanya hak dan kewajiban untuk melaksanakan isi perjanjian diantara kedua belah pihak dalam perjanjian dengan tata cara pelaksanaan di dalam transaksi jual beli online (*E – commerce*). Perjanjian jual beli merupakan jenis perjanjian timbal balik yang melibatkan dua belah pihak yakni antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (pemesan). Tetapi dalam melakukan jual beli khususnya secara *online*, yang menggunakan sosial media kepastian hukumnya belum dapat ditindak tegas karna pihak yang melakukan kebanyakan antara pihak dengan individu dalam situsnya karna tidak memiliki jaminan kepada hukum adanya rasa kepercayaan antara pihak, sedangkan melakukan transaksi jual beli didalam aplikasi ada kepastian hukumnya karna pelaku usahanya (penjual)yang memenjadi perusahaan baik asing atau dalam negeri yang telah mendaftarkan akun situsnya kepada pihak yang berwajib dan

dapat dipertanggungjawabkan atas apa yang diterima oleh pembeli (pemesan).

Pelaksanaan bertransaksi jual beli melalui Internet ini menimbulkan berbagai kondisi yang memiliki akibat hukum dengan segala konsekuensinya. Misalnya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan wanprestasi dari salah satu pihak dalam sebuah transaksi jual beli secara elektronik, akan memunculkan kesulitan bagi para pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian (bertujuan untuk mendapat ganti rugi) yang telah timbul dan disebabkan oleh perbuatan melawan hukum dalam hal ini disebabkan dalam bertransaksi jual beli tidak dilakukan secara langsung bertatap muka antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* melalui *e-commerce* merupakan suatu hal yang penting untuk dikaji terkait dengan ketentuan aturan hukumnya.

Sehingga, berdasarkan latar belakang penulis mengangkat hal-hal terkait diatas dalam bentuk tugas akhir atau skripsi yang kemudian mengangkat judul ***“Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*)?
2. Bagaimanakah upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui serta menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*)
2. Untuk mengetahui dan menganalisis upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*)

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil daripada penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan serta ilmu pengetahuan terkait perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli berbasis online (*e-commerce*).
 - b. Hasil daripada penulisan skripsi ini digunakan dalam rangka memenuhi tugas penelitian hukum guna menyelesaikan studi Strata

1 pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

2. Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil daripada penulisan skripsi ini merupakan sumbangsih pemikiran guna memberikan manfaat bagi masyarakat terkait aspek perlindungan hukum serta upaya hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*).

b. Bagi Mahasiswa

Hasil daripada penulisan skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumber literatur serta referensi bagi mahasiswa guna peningkatan wawasan dan ilmu pengetahuan, khususnya terkait perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*).

E. Terminologi

1. Tinjauan Yuridis, yuridis memiliki arti menurut hukum atau secara hukum.⁹ Sehingga tinjauan yuridis berarti meninjau, mencermati serta memahami suatu hal dinilai dari sudut pandang hukum.

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/yuridis>, diakses pada 15 Februari 2021 Pkl. 22.56 WIB.

2. Perlindungan Hukum merupakan suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu.¹⁰
3. Konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹¹
4. Transaksi merupakan persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak.¹²
5. Jual Beli merupakan suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.¹³ Sejatinya kata “jual dan beli” memiliki arti yang satu sama lain bertolak belakang.¹⁴ Kata jual menunjukkan adanya perbuatan berupa menjual yang telah dilaksanakan oleh penjual (pelaku usaha) sedangkan kata beli menunjukkan perbuatan membeli yang dilakukan oleh pembeli (*buyer*).
6. Internet atau Online (*e-commerce*) merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan dengan konsumen, manufaktur, *service providers*, serta

¹⁰ Wahyu sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Lampung, Unila, 2007, Hlm. 30.

¹¹ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/transaksi>, diakses pada tanggal 15 Februari 2021 Pkl. 23.25 WIB.

¹³ Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁴ Chairuman Pasaribu dan Shrawadi K.Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Medan, PT Karya Unipress, 1994, hlm.33.

pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer.¹⁵

F. Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terdiri atas tahapan-tahapan, terstruktur serta sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam melakukan penelitian diperlukan pengumpulan data dengan menggunakan metode yang tepat yang dapat dijadikan sebagai pedoman bagi penulis untuk memperoleh hasil penelitian yang diharapkan serta dipertanggungjawabkan baik dari segi moralitas, integritas, dan etika dalam sebuah penelitian.¹⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia merumuskan metode merupakan cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Berdasarkan hal tersebut, metode penelitian dapat diartikan sebagai sebuah cara yang teratur digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis serta menyajikan data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan permasalahan yang diangkat.

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu metode pendekatan *yuridis normatif*. Metode *yuridis* digunakan

¹⁵ Ninik Suparni, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Jakarta, Sinar Grafika, 2007, Hlm. 30.

¹⁶ Irwansyah, *Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*, Yogyakarta, Mirra Buana Media, 2020, hlm. 31.

untuk menganalisa ketentuan perundang-undangan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu perjanjian jual beli khususnya jual beli yang dilakukan secara online. Sedangkan *normatif* merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara menganalisa bahan pustaka atau bahan sekunder.¹⁷

2. Spesifikasi Penelitian

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan menggunakan spesifikasi penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena alamiah maupun buatan manusia.¹⁸ spesifikasi penelitian bersifat deskriptif ini memiliki tujuan yaitu mendeskripsikan, menjelaskan, serta memaparkan hasil daripada permasalahan yang diangkat penulis.

3. Jenis dan Sumber Data

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan menggunakan jenis data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh berdasarkan sumber yang telah ada dan terdiri dari tiga bahan hukum sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

¹⁷ *Op. Cit* hlm. 42.

¹⁸ *Ibid.* 38.

Pada penulisan skripsi ini, penulis menggunakan bahan hukum primer yaitu ketentuan peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan judul yang diangkat penulis, antara lain:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD NRI) Tahun 1945
- 2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- 4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 5) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 6) Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata

b. Bahan Hukum Sekunder

Pada penulisan skripsi ini, penulis menggunakan bahan hukum sekunder antara lain:

- a) Buku-buku yang berkaitan dengan judul yang diangkat
- b) Karya ilmiah
- c) *E-book*

d) Laporan hasil penelitian

c. Bahan Hukum Tersier

Dalam rangka mendukung penulisan skripsi ini, penulis mengambil bahan hukum tersier sebagai berikut:

- a) Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- b) *Ensiklopedia*
- c) *Wikipedia*

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan (*library research*) dan studi dokumen dengan mengkaji bahan hukum sekunder yang telah dikumpulkan kemudian diolah secara sistematis.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu tata cara penelitian yang bersifat deskriptif serta menggunakan analisis. Dalam metode ini data-data yang telah dikumpulkan kemudian di analisa untuk menemukan suatu kesimpulan dari permasalahan yang diangkat.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini mengacu pada buku pedoman penulisan hukum (skripsi) Program S-1 Ilmu Hukum Universitas

Islam Sultan Agung (UNISSULA). Sistematika dalam skripsi terdiri dari 4 (empat) bab, yang mana antara bab saling berkaitan satu sama lainnya. Sistematika penulisan bertujuan agar penulisan skripsi ini dapat terarah dan jelas serta lengkap. Gambaran lebih jelas mengenai skripsi akan diuraikan secara sistematis sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab pertama, menjelaskan mengenai gambaran umum dari penulisan skripsi yang terdiri dari Latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, Terminologi, Metode penelitian, dan Sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTKA

Dalam bab kedua, menjelaskan tinjauan umum tentang jual beli *E-commerce*, serta perlindungan hukum jual beli Online *E-commerce* dan membahas tentang tinjauan umum jual beli online *E-commerce* menurut hukum islam.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ketiga, analisis referensi-referensi literature yang terkait dengan penelitian serta tentang pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah, yaitu mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*) serta upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*).

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab keempat, membahas kesimpulan secara sederhana dan sistematis sehingga dapat memberikan informasi tersebut telah sesuai dengan rumusan masalah, serta akan memberikan saran-saran berdasarkan kajian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang jual Beli Online (*E-commerce*)

1. Pengertian Jual Beli Online (*E-Commerce*)

Dengan begitu cepatnya kemajuan teknologi informasi yang menjadi salah satu kebutuhan masyarakat masa kini maupun di masa mendatang. Teknologi Informasi diyakini memberikan sebuah keuntungan dan kepentingan yang besar bagi masyarakat. Setidaknya ada dua hal yang membuat teknologi Informasi dianggap begitu penting dalam pertumbuhan ekonomi dunia. *Pertama* teknologi informasi mendorong permintaan atas produk-produk teknologi informasi itu sendiri seperti computer, modem, sarana untuk membangun jaringan internet dan sebagainya, *kedua* adalah memudahkan transaksi bisnis kuangan disamping bisnis-bisnis lainnya.¹⁹

Di era industry 4.0 ini jual beli dapat dilakukan tanpa bertemu atau melihat langsung, semua hal dapat dicari dan dibeli di media online hanya memerlukan sebuah perangkat computer atau handphone pintar dan jaringan internet. maka akan timbul permasalahan hukum yang lebih kompleks lagi.

¹⁹Agus Raharjo, *Cyber Crime Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 1

Indonesia salah satu negara dengan pemakaian data internet yang begitu besar Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) melakukan survei menghasilkan pengguna internet di Indonesia berjumlah 73.7 persen naik dari 64.8 persen dari tahun 2018.²⁰

Di Indonesia jual beli masih mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Online shop* perjanjiannya tidak hanya mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tetapi juga mengacu pada Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan teknologi industry. Adanya internet merupakan bukti dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang dalam sejarahnya berkembang dengan cepat dan telah menciptakan dunia baru atau *cyberspace*.

Cyberspace sebuah dunia komunikasi berbasis computer (*computer mediated communication*) ini menawarkan sebuah realitas yang baru, yaitu realitas virtual (*Virtual reality*). *Cyber crime* yang saat ini berkembang dan bervariasi modus kejahatan serta sedang marak terjadi di masyarakat pengguna internet yaitu praktik penipuan *online* di internet dengan menggunakan media social. Media social (social

²⁰ Irso, *Dirjen PPO Survei Penetrasi Pengguna Internet Di Indonesia Bagian Penting Transformasi Digital*, https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker, diakses pada tanggal 18 Februari 2021, Pukul 18:57

media) sebagai media komunikasi yang begitu diminati seluruh pengguna internet.²¹

Pada Transaksi jual beli secara *elektronik* telah diatur didalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 yakni “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 ayat (17) UU No.19 Tahun 2016 yakni disebut sebagai “Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik

Julian Ding memberikan definisi tentang E-commerce sebagai berikut:²²

“Electronic Commerce Transaction adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (digital Medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik. Medium ini terdapat dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau world wide web. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional”

²¹Maskum, *Kejahatan Siber Cyber Crime Suatu Pengantar*, Kencana, Jakarta, 2012, hlm. 28

²² Julian ding LL.B, *E-commerce, law & practice*, sweet & Maxwell Asia, 1999, hlm. 27 dikutip dalam buku Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2016, hal 284-285

Electronic Commerce atau di singkat *E-Commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacturers*) *service provider*, dan perdagangan perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computers network*), yaitu *E-Commerce* sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial. Onno w. Purbo dan Aang Arif Wahyudi mencoba menggambarkan *E-Commerce* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui e-mail atau bisa melalui *World Wide Web*.²³

Jadi, dapat dipahami dari pengertian *e – commerce* tersebut yakni bahwa *e – commerce* itu mengacu pada jaringan *internet* untuk melakukan belanja *online* dan jangkauannya lebih sempit, serta cara transaksi melalui transfer uang secara *digital*. Dengan kemudahan berkomunikasi secara *elektronik*, maka perdagangan saat ini sudah mulai merambat ke dunia *elektronik*. Transaksi dapat dilakukan dengan kemudahan teknologi informasi, tanpa adanya halangan jarak. Penyelenggaraan transaksi *elektronik* dapat dilakukan baik dalam lingkup publik atau privat.

²³Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 1-2

2. Pihak-Pihak Dalam Transaksi Online (*E-Commerce*)

Dalam dunia *e-commerce* atau internet dikenal dua pelaku yaitu pelaku usaha yang melakukan usaha penjualan dan konsumen yang mempunyai peran sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan pembeli transaksi jual beli melalui internet juga melibatkan penyedia jasa pelayanan jaringan internet seperti *Payment gateway* adalah suatu perangkat yang dioperasikan oleh *acquirer* atau pihak ketiga untuk memproses pesan pembayaran termasuk instruksi pembayaran dari *cardholder* (orang yang menggunakan kartu pembayaran yang dikeluarkan oleh sebuah *issuer*). Dan yang dimaksud *Issuer* adalah suatu institusi ekonomi (bank) yang membuat rekening dan mengeluarkan kartu pembayaran bagi *cardholder*.²⁴

Issuer, yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diizinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu :

- a. Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak semua bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh izin dari *Card International*, dapat menerbitkan *credit card*, seperti Master dan Visa card.

²⁴Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hlm. 16

- b. Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia International yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.
- c. Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu *American Express*.

Transaksi *E-Commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara *online* terkadnag hanya proses transaksinya saja yang *online* sementara pembayaran tetap dilakukan secara manual/cash.

Dalam melakukan hubungan hukum maka akan timbul sebuah hak dan kewajiban, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 bab II pada bagian pertama dalam pasal 4, 5, 6, dan pasal 7, yaitu:

- a. Hak konsumen.
 - 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
 - 2) Hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
 - 3) Hak atas informasi yang benar,jelas,dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
 - 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
 - 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
 - 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
 - 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
 - 9) Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.
- b. Kewajiban konsumen
- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa , demi keamanan dan keselamatan.
 - 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
 - 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
 - 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut
- c. Hak Pelaku Usaha

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
 - 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
 - 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
 - 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- d. Kewajiban Pelaku Usaha
- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
 - 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
 - 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
 - 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
 - 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu atau memberi jaminan

dan/atau garansi atas barang yang di buat dan/atau yang di perdagangkan.

- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

3. Jenis-Jenis Transaksi Online (*E-Commerce*)

Transaksi *E-Commerce* melibatkan beberapa pihak baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan, jadi apakah semuanya proses transaksi dilakukan secara online atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara *online*.

Jenis-jenis transaksi dari suatu kegiatan E-commerce adalah sebagai berikut.²⁵

a. *Business to Business (B2B)*

Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah

²⁵Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm. 408

saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu. Dilihat dari karakteristiknya, transaksi *e-commerce* B to B, mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. *Trading Partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah saling terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal maka pertukaran informasi tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berskala dengan format data yang telah disepakati. Jadi, *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka lainnya untuk mengirim data; dan

Model yang umum digunakan adalah *peer to peer* , dimana *processing intelligence* dapat di distribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. *Business to Consumer (B2C)*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarkan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima

respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat. Karakteristik transaksi *E-Commerce Business to Consumer* adalah sebagai berikut:

- a. Terbuka untuk umum dimana informasi di sebarakan secara umum pula.
 - b. *Service* yang dilakukan juga bersifat umum sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh banyak orang.
 - c. *Service* yang diberikan berdasarkan permintaan konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap memberikan respon terhadap inisiatif konsumen; dan
 - d. Sering dilakukan pendekatan client server, yang mana konsumen dipihak klien menggunakan sistem yang minimal (*berbasis web*) dan pihak penyedia barang atau jasa (*business procedure*) berada pada pihak server.
- c. *Consumer to Consumer (C2C)*

Transaksi jual beli yang terjadi antarindividu dengan individu yang akan saling menjual barang.

- d. *Consumer to Business (C2B)*

Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

- e. *Non-business electronic commerce*

Transaksi yang merupakan kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain

f. *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce.*

Kegiatan ini meliputi semua aktifitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, informasi dan menjual produk perusahaan kepada karyawan.

g. *Government to Citizens (G2C)*

Pelayanan pemerintah terhadap warga negaranya melalui teknologi *e-commerce*, selain itu dapat digunakan untuk kerjasama antara pemerintah dengan pemerintah lain atau dengan perusahaan.

h. *Mobile Commerce*

Memungkinkan penggunaan internet tanpa kabel, seperti mengakses internet melalui *handphone*.

B. Tinjauan Tentang Perlindungan Hukum Jual Beli Online (*E-commerce*)

1. Perkembangan Hukum Jual Beli

Globalisasi telah memengaruhi serta membawa banyak perubahan dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh tersebut turut di iringi dengan perkembangan sistem teknologi dan informasi. Pada saat ini hampir seluruh kegiatan masyarakat memanfaatkan adanya sistem teknologi dan informasi dengan menggunakan internet, termasuk juga kegiatan jual beli.

Pada saat ini proses kegiatan jual beli dipermudah dengan memanfaatkan teknologi internet, atau lebih dikenal dengan istilah *online shop*. Kegiatan jual beli secara online merupakan kegiatan jual beli yang cara pemasaran, penyebaran serta transaksinya memanfaatkan teknologi internet seperti media sosial, *website* serta aplikasi belanja online. Pelaksanaan transaksi jual beli secara elektronik ini dilakukan dalam beberapa tahap, sebagai berikut :²⁶

1) Penawaran

Dalam hal ini proses penawaran dilakukan dengan bentuk mempublikasikan gambar atau foto, tulisan serta video terhadap produk barang dan/jasa yang ditawarkan.

2) Penerimaan

Proses penerimaan ini dapat dilakukan tergantung daripada penawaran yang terjadi.

3) Pembayaran

Dalam hal ini pembayaran dapat dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pembayaran secara langsung dapat dilakukan dengan pembayaran di tempat apabila produk telah sampai di tangan konsumen atau dikenal dengan istilah (*Cash On Delivery*). Sedangkan tidak langsung dilakukan dengan cara

²⁶Sri Angraini Kusuma Dewi, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)*, Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIKA) Vol.9, No.2, Agustus 2015, hlm. 3.

pembayaran melalui rekening bank sera melalui uang elektronik atau *e-money*.

4) Pengiriman

Merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang tersebut.

Perkembangan segala kegiatan terutama kegiatan jual beli dengan memanfaatkan teknologi informasi serta internet semakin diminati karena memberikan banyak kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu pemerintah kemudian menetapkan pengaturan hukum yang berhubungan dengan pemanfaatan teknologi dan informasi yang disebut Hukum Siber (*Cyber Law*). Pengaturan hukum siber diwujudkan dengan ditetapkannya:

- 1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

2. Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum Pada Jual Beli *Online*

Suatu perlindungan dapat disebut sebagai perlindungan hukum jika di dalamnya mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Terdapat pengayoman dari pemerintah terhadap warganya
- b. Pemberian jaminan kepastian hukum

- c. Berkaitan dengan hak-hak warga negara
- d. Terdapat sanksi atau hukuman bagi pihak yang melanggarnya

Perlindungan hukum merupakan upaya-upaya hukum yang dilakukan untuk melindungi hak-hak setiap orang untuk mencegah adanya kerugian yang dapat timbul kepadanya. Beberapa ahli hukum juga turut mengartikan perlindungan hukum, antara lain:

- a. Menurut C.S.T. Kansil

C.S.T Kansil menerangkan bahwa, “Perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.”²⁷

- b. Menurut Satjipto Rahardjo

Satjipto Rahardjo menjelaskan bahwa, “Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.”²⁸

- c. Menurut Philipus M. Hadjon

Philipus M. Hadjon merumuskan, “Perlindungan hukum sebagai suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan

²⁷C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989, hlm. 102.

²⁸Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm.54.

kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.”²⁹

Perlindungan hukum berkaitan erat dengan keadilan, hal ini dikarenakan tujuan dari dibentuknya hukum itu sendiri adalah untuk mencapai keadilan. Guna mewujudkan aspek keadilan dalam perlindungan hukum, maka perlindungan hukum dapat dilakukan dengan dua (2) macam cara sebagai berikut:

a. Perlindungan Hukum Secara Preventif

Perlindungan preventif adalah perlindungan yang diberikan oleh pemerintah yang memiliki tujuan untuk mencegah adanya pelanggaran yang dirumuskan kedalam peraturan perundang-undangan. Hal ini dilaksanakan dengan memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan kepada para pihak dalam melakukan suatu kewajiban. Pada perlindungan hukum preventif, subyek hukum memiliki kesempatan untuk mengajukan keberatan serta pendapatnya sebelum pemerintah memberikan hasil keputusan akhir. Namun sangat disayangkan, pada negara Indonesia belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan hukum secara preventif.³⁰

b. Perlindungan Hukum Secara Represif

²⁹Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011, hlm. 10.

³⁰*Ibid.* hlm. 73.

Perlindungan hukum secara represif adalah perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, serta hukuman tambahan yang diberikan jika telah terjadi sengketa atau telah dilakukannya suatu pelanggaran.³¹ Bentuk perlindungan hukum ini, subyek hukum tidak memiliki kesempatan untuk mengajukan keberatan. Hal ini dikarenakan permasalahan atau sengketa yang terjadi ditangani langsung oleh peradilan administrasi dan pengadilan umum. Pada dasarnya perlindungan hukum secara represif ini diberikan dengan tujuan untuk menyelesaikan sengketa antara para pihak.

3. Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli *Online*

Jual Beli yang dilakukan secara online memiliki keuntungan yang lebih banyak, salah satunya adalah informasi yang beragam dan mendetail yang dapat diperoleh konsumen dibandingkan dengan perdagangan konvensional tanpa harus bersusah payah pergi ke banyak tempat.³² Namun dalam pelaksanaannya kegiatan jual beli secara online ini juga memiliki beberapa risiko yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dengan contoh sebagai berikut:

- a. Permasalahan mengenai kapan terjadinya atau lahirnya kesepakatan dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara online,

³¹*Ibid.* hlm. 75

³²Yudha Sri Wulandari, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce*, AJUDIKASI : Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018, hlm. 205

permasalahan berkaitan dengan saat bertemunya permintaan dan penawaran melalui media maya tersebut

- b. Permasalahana pilihan hukum serta permasalahan pembuktian
- c. Permasalahan keabsahan digital signature dan data *message*.

Beberapa kerugian tersebut membuat kegiatan jual beli yang secara online sebearnya riskan untuk dilakukan karena besar kemungkinan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen disamping keuntungan yang diberikan. Untuk melindungi dan mencegah terjadinya kerugian, maka perlindungan konsumen juga dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dan setelah terjadinya transaksi. Bentuk perlindungan konsumen yang dapat dilakukan sebelum adanya transaksi antara lain:³³

a. *Legislation*

Legislation merupakan perlindungan konsumen terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundangan tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi,

³³Johanes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Parahyangan, Bandung, hlm. 3.

karena telah ada batas-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

b. *Voluntary Self Regulation*

Voluntary Self Regulation merupakan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dimana dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

Sedangkan perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat setelah terjadinya transaksi dapat dilaksanakan melalui jalur Pengadilan Negeri (PN) atau di luar Pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa.

Dalam hal transaksi jual beli secara online konsumen berada di posisi sebagai pihak yang lemah. Hal ini dikarenakan perbedaan kepentingan antara konsumen dengan pelaku usaha. Oleh karena itu dibutuhkan ketentuan peraturan perundang undangan mengenai perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen dimuat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Konsumen, yang pada Pasal 1 angka 1 dijelaskan pengertiannya bahwa,

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

Pengaturan mengenai hukum tentang perlindungan konsumen memiliki tujuan antara lain:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Secara umum, pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan cara sebagai berikut:³⁴

³⁴Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 7.

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain

Penetapan terkait ketentuan tentang perlindungan terhadap konsumen diharapkan mampu membuat posisi konsumen menjadi sejajar dengan pelaku usaha. Hal ini dikarenakan kedudukan konsumen yang sering dianggap lebih lemah daripada pelaku usaha. Dengan demikian risiko kerugian yang mungkin timbul bagi konsumen dalam transaksi jual beli terlebih dengan menggunakan media internet atau online dapat dicegah atau dikurangi.

C. Tinjauan Umum Jual Beli *Online* (E-Commerce) Menurut Hukum Islam

Budaya yang telah melekat pada masyarakat Indonesia terkait dengan transaksi jual beli yaitu dimana setiap orang saling bertemu dengan bertatap

muka antara penjual dan pembeli serta mengunjungi tokonya langsung. Transaksi jual beli merupakan bentuk dari kegiatan ekonomi manusia dan merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam.

Transaksi jual beli sebagaimana yang diatur dalam hukum Islam didasarkan pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275 yang berisi :



الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ

Artinya :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”³⁵

³⁵<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275>, diakses pada tanggal 17 Februari 2021 Pukul 19:00 WIB

Ayat tersebut merupakan dalil bahwa Allah menghalalkan jual beli pada aktivitas kegiatan ekonomi manusia. Tetapi pada ayat tersebut pula Allah melarang perbuatan riba dalam kegiatan jual beli. Aktivitas ekonomi jual beli memanglah perbuatan yang dihalalkan oleh Allah akan tetapi bila pada jual beli tersebut terdapat adanya riba. Maka jual beli yang semula merupakan perbuatan yang dihalalkan oleh Allah menjadi suatu perbuatan yang haram. Keharaman jual beli juga didasarkan dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 yang berisikan :



يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝٢٩

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”³⁶

Namun untuk perlu disadari bahwa dalam perkembangannya saat ini transaksi jual beli telah berkembang. Dimana saat ini transaksi jual beli dilakukan melalui jaringan Internet tanpa setiap orang bertemu secara

³⁶<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>, diakses pada tanggal 17 Februari Pukul 20:05 WIB

langsung. Prosedur jual beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya tanpa harus bertatap muka antara para pihak. Bilamana ditinjau menurut perspektif hukum Islam, sesungguhnya jual beli secara *online* diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman, monopoli dan penipuan atau sesuai sebagaimana rukun jual beli dan syarat-syaratnya menurut Islam. Adapun rukun jual beli menurut Islam yaitu :³⁷

1. Penjual
2. Pembeli
3. Barang yang dijual
4. Ucapan Ijab Qabul

Sedangkan itu untuk syarat –syarat jual beli *online* diperbolehkan jika :³⁸

1. Tidak melanggar sebagaimana ketentuan hukum Islam, seperti jual beli barang haram, penipuan, dan jual beli yang haram
2. Adanya akad jual beli yaitu kesepakatan yang terjadi antar para pihak, penjual, pembeli, juga pihak ketiga supaya tidak terjadi hal yang tidak diinginkan
3. Adanya pertanggungjawaban, kontrol, sanksi, atau hukum yang jelas dan tegas dari pemerintah sesuai dengan ketentuan-ketentuan Islam.

³⁷Diyda Puji Lestari, *Skripsi : Aspek Perlindungan Hukum Jual Beli ONLINE SHOP*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, 2014, hlm. 34.

³⁸*Ibid*, hlm. 35.

4. Kemaslahatan dan perlindungan terhadap masyarakat jika jual beli dan usaha dalam perlindungan lembaga atau negara yang berwenang.

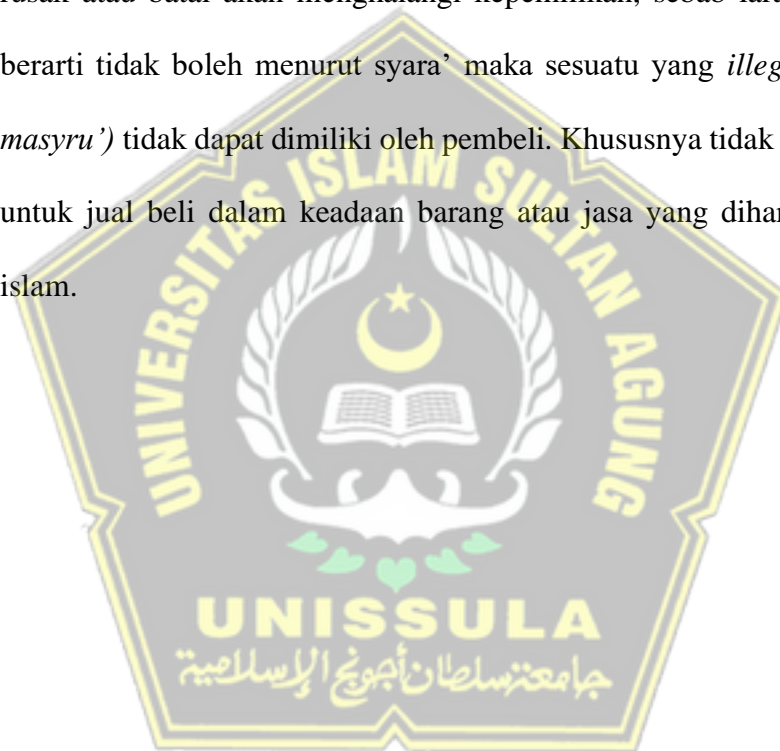
Selain didasarkan pada Al-Qur'an yang mana bahwasannya transaksi jual beli secara melalui *E-commerce* merupakan suatu hal yang diperbolehkan, ini juga sebagaimana kaidah fiqh, yaitu "*al-hukmu 'alasy syai' far'un 'an tashuwwurihi*" yaitu 'penilaian hukum terhadap suatu masalah berangkat dari gambaran tentang sesuatu tersebut'.

Jika dilihat dari sistem operasionalnya, maka *e-commerce* menurut kacamata fiqh kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (wasilah) yang dalam kaidah syari'ah bersifat fleksibel, dinamis, dan variable. Hal ini termasuk unmuriddunya (persoalan teknis keduniawian) yang Rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor syari'ah kepada umat islam untuk menguasai dan memanfaatkan demi kemakmuran bersama.³⁹ Menurut kaidah fiqh sebagaimana dikemukakan oleh Wahbah Zuhaili bahwa prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syari'ah atau bertentangan dengan dalil.

Sehingga hukumnya untuk transaksi melalui *e-commerce* adalah boleh berdasarkan prinsip karena adanya akan kebutuhan manusia dengan kemajuan teknologi ini. Sebab tidak dapat dipungkiri bahwa mekanisme

³⁹Nadya Ghina Luzuma, *Skripsi : Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online (E-Commerce)*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, hlm. 42.

yang dibuat manusia tidak luput dari kelemahan dan selama masih relatif aman dan didukung oleh upaya-upaya pengamanan hal itu dapat ditolelir berdasarkan prinsip toleransi syariah dalam muamalah dan kaidah fiqih: *adh-dhararu yuzal mudarat* harus dihilangkan. Dan jual beli tersebut harus sah menurut syarat dan rukun syari'ah islam, jika tidak maka jual beli yang rusak atau batal akan menghalangi kepemilikan, sebab larangan tersebut berarti tidak boleh menurut syara' maka sesuatu yang *illegal* (*ghairu al-masyru'*) tidak dapat dimiliki oleh pembeli. Khususnya tidak diperbolehkan untuk jual beli dalam keadaan barang atau jasa yang diharamkan dalam islam.



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (*E-commerce*)

Pada kegiatan transaksi jual beli, konsumen memiliki posisi yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Hal ini berhubungan dengan perbedaan kepentingan antara konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen yang dimaksud dalam hal ini ialah konsumen akhir yang membeli suatu produk dalam transaksi online untuk kepentingan dirinya sendiri, bukan untuk diperdagangkan lagi dan berlaku untuk semua jenis transaksi jual beli baik secara konvensional maupun secara online.

Namun meskipun demikian seperti yang diketahui melakukan transaksi secara online memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan transaksi secara konvensional. Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan yang dialami konsumen dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara online (*e-commerce*), antara lain:⁴⁰

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan
2. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau ketidakpastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai

⁴⁰ Abdul Hakim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media, 2010, hlm. 13.

informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam melakukan transaksi

3. Status subjek hukum yang tidak jelas dari pelaku usaha
4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi, privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkaitan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik
5. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena pada umumnya terhadap jual beli secara online, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang
6. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan

Dengan demikian diperlukan perlindungan konsumen yang bertujuan untuk melindungi hak-hak dari konsumen. Perlindungan konsumen erat kaitannya dengan perlindungan hukum, karena di dalam perlindungan konsumen tersebut mengandung aspek-aspek hukum. Perlindungan hukum terhadap konsumen ini timbul jika telah terjadi transaksi antara konsumen dengan pelaku usaha. Hal ini dapat terjadi dikarenakan telah munculnya hak-hak serta kewajiban atas masing-masing pihak yang melakukan suatu transaksi tersebut.

Perlindungan konsumen sejatinya memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dimulai dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sampai akibat-akibat yang timbul dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Terdapat dua aspek terkait cakupan perlindungan konsumen, antara lain:⁴¹

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Selain daripada itu, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi jual beli secara online maupun konvensional juga dapat diwujudkan dengan bentuk sebagai berikut:⁴²

1. Perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan
Perlindungan hukum yang bersumber daripada peraturan perundang-undangan memiliki sifat secara umum bagi setiap orang yang melakukan suatu transaksi.
2. Perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang dibuat antar pihak

⁴¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Prenada Media Group, 2013, hlm. 21-22.

⁴² Nadya Ghina, Skripsi, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online (E-Commerce)*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, 2016, hlm. 46-47.

Definisi perjanjian dijelaskan berdasarkan pada Pasal 1313 KUHPerdota yaitu suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan nama satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam KUHPerdota antara lain:

- a. Kesepakatan para pihak (Pasal 1321 KUHPerdota)
- b. Kecakapan para pihak (Pasal 1329 KUHPerdota)
- c. Mengenai suatu hal tertentu (Pasal 1333 KUHPerdota)
- d. Sebab yang halal (Pasal 1337 KUHPerdota)

Dalam Undang-Undang ITE pengertian dari perjanjian tidak dijelaskan secara spesifik. Pada Pasal 1 angka 17 Undang-Undang ITE Perjanjian atau kontrak elektronik didefinisikan sebagai perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik. Berhubungan dengan keabsahan perjanjian atau kontrak elektronik tersebut, pada Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang ITE merumuskan bahwa Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.

Pada transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* dan transaksi secara konvensional tetapi melalui media elektronik pada dasarnya merupakan suatu hal yang berbeda. Bilamana pada transaksi konvensional itu dilaksanakan sama halnya dengan perjanjian secara konvensional, hanya terdapat sedikit perbedaan akibat dari media yang digunakan serta percakapan ataupun negosiasi yang dilakukan antara konsumen dengan

pelaku usaha dilakukan melalui media elektronik. Sedangkan, terkait dengan transaksi *e-commerce* itu merupakan suatu sistem yang sengaja dibuat untuk melakukan transaksi jual beli. Setelah melakukan pembayaran, maka pelaku usaha akan memenuhi tanggung jawabnya untuk mengirimkan barang dan/jasa tersebut kepada konsumen. Segala hal yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce* dilakukan dengan menggunakan media elektronik baik dalam hal melakukan perjanjian, pembayaran hingga pengiriman.

Berdasarkan kedua bentuk perlindungan hukum tersebut, perlindungan hukum berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dianggap lebih efektif dalam hal pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen. Peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi baik secara konvensional maupun *e-commerce* memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. “Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha

- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”⁴³

Seperti yang diketahui dalam suatu transaksi pelaku usaha memiliki kedudukan yang lebih kuat jika dibandingkan dengan konsumen. Oleh karena itu guna efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen, maka dalam melakukan suatu transaksi pelaku usaha memiliki tanggung jawab terhadap konsumen yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab pelaku usaha

Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa,

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

2. Tanggung jawab pelaku usaha periklanan

Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diterangkan bahwa,

“Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.”

3. Tanggung jawab importir barang

⁴³ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dirumuskan bahwa,

“Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.”

4. Tanggung jawab importir jasa

Berdasarkan Pasal 21 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa,

“Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.”

5. Tanggung jawab pelaku usaha yang menjual produk terhadap pelaku usaha lain

Berdasarkan Pasal 24 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diterangkan bahwa,

“Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:

- a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.”

6. Tanggung jawab pelaku usaha dalam hal jasa

Berdasarkan Pasal 26 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diterangkan bahwa,

“Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.”

Pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemerintah

Dalam pelaksanaan perlindungan konsumen, pemerintah memiliki peran yang penting serta bertanggung jawab dalam hal pembinaan serta pengawasan terhadap diselenggarakannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tanggung jawab pembinaan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan pada Pasal 29 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa,

“Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.”

Pelaksanaan pembinaan terhadap perlindungan konsumen tersebut memiliki upaya yang dirumuskan pada Pasal 29 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang meliputi upaya untuk:

- a. “Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen
- b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat

- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.”

Selain daripada itu, tanggung jawab pemerintah dalam pembinaan atas perlindungan konsumen dituangkan pada Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa,

“Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.”

2. Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibentuk guna mendukung upaya perlindungan hukum terhadap konsumen. Dalam hal ini Badan Perlindungan Konsumen Nasional memiliki fungsi yaitu memberikan saran serta pertimbangan terhadap pemerintah mengenai upaya pengembangan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsi tersebut Badan Perlindungan Konsumen Nasional memiliki tugas berdasarkan pada Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa,

- a. “Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen

- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen
- d. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat
- e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen
- f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha
- g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.”

3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Lembaga Swadaya Masyarakat juga diberikan kesempatan dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum terhadap konsumen dan dapat diakui oleh pemerintah jika Lembaga Swadaya Masyarakat tersebut memenuhi syarat. Oleh karena itu Lembaga Swadaya Masyarakat ini memiliki tugas yang dirumuskan pada Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa,

- a. “Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.”

Dalam penerapan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online (*e-commerce*) terdapat beberapa pedoman yang perlu diperhatikan, yang dijelaskan sebagai berikut:⁴⁴

1. Dilihat dari sisi pelaku usaha

Pelaku usaha memiliki kedudukan yang lebih kuat jika dibandingkan dengan konsumen. Salah satunya adalah pelaku usaha berada pada posisi penyediaan produk sedangkan konsumen berada pada posisi yang membutuhkan produk, maka hal apa saja yang ditentukan oleh produsen sepanjang konsumen membutuhkan produk tersebut, maka konsumen akan menyetujuinya. Kedudukan pelaku usaha yang kuat ini sebisa mungkin harus diawasi karena tanpa adanya pengawasan, dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*), maka perlindungan terhadap konsumen dapat diberikan dalam bentuk:

- a. Pemberitahuan identitas produsen/pelaku usaha secara jelas yang meliputi alamat tempat berusaha (termasuk e-mail), telepon serta jenis usaha yang dikelola
- b. Apabila pelaku usaha merupakan kantor atau perusahaan cabang harus diberitahukan alamat kantor/perusahaan induknya

⁴⁴ Nadya Ghina, *Op. Cit* hlm. 48-51.

c. Memiliki izin yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang untuk menyelenggarakan usahanya

2. Dilihat dari sisi konsumen

Konsumen sebagai pihak yang membutuhkan produk seringkali sebelum dimulainya transaksi diharuskan untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai identitas diri atau perusahaan (apabila konsumen merupakan perusahaan). Namun, berkaitan dengan hal tersebut tidak ada jaminan keamanan mengenai identitas konsumen untuk tidak disalahgunakan. Guna melindungi konsumen dari penyalahgunaan informasi maka dibutuhkan adanya jaminan dari pelaku usaha bahwa data atau identitas yang berkaitan dengan konsumen tidak akan dipergunakan secara menyimpang diluar peruntukannya tanpa adanya izin dari konsumen.

3. Dilihat dari sisi produk (baik barang maupun jasa)

Informasi mengenai produk sangat penting diketahui oleh konsumen. Hal ini disebabkan melalui informasi tersebut konsumen dapat mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Seringkali terjadi kesalahan pada pemberian informasi terhadap produk yang ditawarkan dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara online (*e-commerce*) seperti contohnya gambar produk tidak sesuai dengan kenyataannya. Untuk itu dibutuhkan pengaturan

perlindungan konsumen karena hal tersebut dapat merugikan konsumen.

4. Dilihat dari segi transaksi

Dalam melakukan transaksi jual beli secara online, konsumen perlu untuk memerhatikan syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Kesempatan konsumen dalam mengkaji ulang transaksi yang akan di lakukan sebelum mengambil keputusan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya kesalahan yang dibuat oleh konsumen
- b. Harga dari produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk pajak atau belum, termasuk ongkos kirim atau belum
- c. Mata uang apa yang dipakai
- d. Bagaimana mekanisme pengiriman barangnya, terkait dengan mekanisme pengiriman barang ini terdapat sebuah alternatif berupa perlindungan barang yang berupa asuransi. Asuransi ini dapat dibenbankan terhadap konsumen bila ingin menggunakan asuransi tersebut. Jika konsumen telah memilih untuk menggunakan asuransi terhadap pengiriman barangnya dan barang tersebut pada proses pengiriman terjadi kecacatan atau kerusakan maka tanggung jawabnya berpindah kepada pihak pengirim barang.

- e. Pelaku usaha perlu untuk menyediakan suatu rekaman transaksi yang setiap saat bisa diakses oleh konsumen dan didalamnya memuat segala sesuatu yang berkaitan dengan transaksi yang sedang atau telah dilakukan. Hal ini penting untuk kepentingan pembuktian apabila dikemudian hari timbul wanprestasi
- f. Informasi mengenai dapat atau tidaknya konsumen melakukan pengembalian terhadap barang yang sudah dibeli, jika diperkenankan sudah jelas bagaimana mekanismenya
- g. Apakah terdapat jaminan penggantian barang atau penggantian uang, jika produk yang diterima tidak sesuai atau rusak
- h. Mekanisme penyelesaian sengketa
- i. Jangka waktu pengajuan klaim yang wajar.

Pada dasarnya, transaksi jual beli yang dilakukan secara online (*e-commerce*) tidak jauh berbeda dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung atau konvensional. Hal ini disebabkan dalam proses jual beli secara online juga menimbulkan perikatan antara kedua pihak yaitu konsumen dengan pelaku usaha untuk memenuhi prestasi. Berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online memang belum terdapat pengaturan hukum yang mengatur secara khusus mengenai hal tersebut. Oleh karena itu, dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli secara online juga tunduk dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Upaya Hukum Yang Dapat Ditempuh Oleh Konsumen Jika Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (*E-Commerce*)

Transaksi jual beli *online* merupakan aktifitas ekonomi manusia yang berkembang saat ini sebagai alternatif untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Transaksi jual beli melalui *online* sudah pastinya sangat mempermudah kehidupan manusia dalam pemenuhan kebutuhan, karena sebagaimana yang kita ketahui dalam transaksi jual beli *online* antara penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung melainkan hanya melalui internet.

Pelaksanaan jual beli secara *online* tidak selamanya hanya memberikan dampak yang positif, tetapi juga tentunya ada dampak negatifnya. Dampak negatif yang mana hal tersebut merupakan kekurangan atas adanya kemudahan jual beli secara *online*. Seperti yang kita ketahui jual beli secara *online* tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung serta dalam hal jual beli *online* pembeli tidak dapat melihat keadaan asli barang yang dibelinya melalui platform-platform *e-commerce*. Jual beli secara *online* memang memiliki resiko-resiko yang pada nantinya ditanggung oleh para pihak

Terkadang masalah yang kerap terjadi dalam kegiatan jual beli *online* yaitu barang tidak dalam keadaan yang baik, warna yang tidak sesuai, barang tidak dikirim, pembeli tidak melakukan pembayaran bilamana jual

beli *online* dilakukan dengan COD dan lain-lain. Hal-hal tersebut merupakan contoh resiko atas berkembangannya sistem transaksi jual beli secara *online*. Dimana dari contoh-contoh tersebut pada dasarnya merupakan bentuk dari tidak terpenuhinya prestasi atau sering disebut dengan wanprestasi.

Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dengan debitur.⁴⁵ Terkait dengan Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji dapat terjadi baik dikarenakan dengan sengaja maupun tidak disengaja. Pada transaksi jual beli secara *online* sangat besar sekali kemungkinan untuk terjadinya wanprestasi maka sesungguhnya sangat diperlukan kesadaran kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli untuk memenuhi hak dan kewajiban masing-masing yaitu dalam hal ini berupa pemenuhan prestasi.

Prestasi merupakan suatu yang wajib dipenuhi oleh setiap dalam setiap perikatan karena prestasi sama dengan objek perikatan. Menurut Pasal 1234 KUHPerdara wujud prestasi ada tiga, yaitu :

- a. Memberikan sesuatu
- b. Berbuat sesuatu
- c. Tidak berbuat sesuatu.

⁴⁵ Salim HS, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Jakarta, 2008, hlm. 180.

Sehubungan dengan pemenuhan prestasi tersebut yang berkaitan dengan jual beli yaitu dalam bentuk memberikan sesuatu. Dimana bila penjual tidak menyerahkan barang dan pembeli tidak menyerahkan uang pembayaran maka hal tersebut akan menimbulkan wanprestasi. Berikut merupakan bentuk-bentuk daripada wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha atau penjual dalam transaksi melalui *e-commerce* antara lain:⁴⁶

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan Dalam transaksi *e-commerce*, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram dan menanggung cacat-cacat tersembunyi. Jika penjual tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, maka penjual dapat dikatakan wanprestasi.
2. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan pada bentuk ini penjual benar telah menyerahkan barang yang dijual belikan tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan.
3. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat Maksudnya jika barang pesanan datang terlambat tapi tetap dapat dipergunakan maka hal ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat, jika prestasinya tidak dapat dipergunakan lagi maka digolongkan sebagai

⁴⁶ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 229.

tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan, yakni seperti pada bentuk yang pertama.

4. Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya untuk wanprestasi yang terakhir ini, contohnya penjual yang berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada umum identitas dan data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

Kasus wanprestasi hingga saat ini sangat kerap menimpa pihak pembeli atau dalam hal ini merupakan konsumen, yang mana dapat dikatakan sebagai suatu bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sebagai contoh kasus yang nyata yang pertama yaitu, terjadinya wanprestasi yang dilakukan platform belanja online yaitu shopee, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli sebuah handphone pada bulan Agustus 2020 melalui platform tersebut. Namun, handphone tersebut tidak kunjung datang hingga bulan September 2020 dan konsumen telah berusaha untuk menanyakan status pesannya ke pihak ekspedisi pengiriman barang dan hasilnya ternyata tidak ada pengiriman terhadap barang yang ia pesan. Lalu ekspedisi pengiriman tersebut melakukan klaim kantor pusat ekspedisi yang kemudian meminta konsumen mengajukan pengembalian dana ke pihak shopee tetapi pihak shopee cenderung bertele-tele dan tidak segera memproses dan mencairkan pengembalian dana konsumen, karena hal ini konsumen mengalami

kerugian sebesar Rp. 16.000.000,00.⁴⁷ Kedua, kasus wanprestasi yang dilakukan oleh platform belanja *online* Tokopedia. Dimana pada tanggal 25 Mei 2021 seorang konsumen melakukan pembelian baterai handphone di Tokopedia, namun pada malam harinya penjual memberitahukan bahwa barang kosong dan lalu konsumen meminta bantuan kepada tokopedia untuk membatalkan pesannya. Tetapi pihak Tokopedia menolak dan tetap mengirimkan paket tersebut, lalu saat paket datang ternyata isinya kosong dan konsumen telah mengirimkan bukti video pembukaan paket dan melakukan terhadap pihak tokopedia. Namun, pihak Tokopedia sampai saat ini tidak merespon dan memberikan solusi atas permasalahan tersebut.⁴⁸

Berdasarkan kedua contoh kasus tersebut, pada umumnya konsumen menggunakan upaya non litigasi untuk menyelesaikan permasalahannya. Bilamana didasarkan pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur khususny dalam BAB VI mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal-hal tersebut sesungguhnya merupakan hal yang masih menjadi tanggungjawab pelaku usaha. Dimana tanggungjawab pelaku usaha meliputi :

a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan

⁴⁷<https://mediakonsumen.com/2020/09/20/surat-pembaca/paket-tidak-diterima-proses-pengembalian-dana-shopee-berbelit-belit>, diakses pada tanggal 19 Juni 2021 Pukul 21:15 WIB.

⁴⁸ <https://mediakonsumen.com/2021/06/04/surat-pembaca/tokopedia-tidak-tegas-terhadap-seller-nakal>, diakses pada tanggal 19 Juni 2021 Pukul 21:15 WIB.

- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen

Adanya tanggungjawab pelaku usaha tersebut dapat menjadi dasar konsumen untuk mempertahankan hak-hak konsumen yang dilanggar ataupun terjadi wanprestasi dalam suatu perjanjian jual beli biasa maupun secara online. Sehingga konsumen dapat melakukan upaya hukum, untuk mencegah sengketa tersebut terjadi dan untuk memberikan efek jera kepada penjual yang tidak beritikad baik. Tetapi, pada kedua contoh kasus tersebut pihak konsumen tidak melakukan upaya litigasi untuk memperoleh kembali kerugian yang dideritanya.

Permasalahan terkait dengan wanprestasi ini memang bukanlah suatu masalah yang dapat kita hindari oleh sebab itu apabila terjadi wanprestasi sangat perlu untuk dilakukan upaya hukum. Dikarenakan apabila melakukan transaksi melalui media elektronik karena banyak keterbatasan informasi yang didapatkan baik dari konsumen maupun penjual. Sebelum adanya upaya hukum yang ditempuh dalam transaksi jual beli *online*. Maka tentunya terlebih dahulu ada akibat hukum yang timbul bila terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara *online* (*e-commerce*).

Pada transaksi jual beli *online*, prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang berlaku dalam hal terjadinya wanprestasi.⁴⁹ Kedudukan

⁴⁹ Ainul Yaqin, *Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Universitas Islam Malang.

pembeli yang lemah pada transaksi *e-commerce* menjadikan tanggung jawab sepenuhnya berada ditangan penjual atau pelaku usaha. Pelaku usaha akan bertanggung jawab penuh atas kegiatan usaha yang dilakukannya dalam transaksi *e-commerce*. Kembali pada akibat hukum, bilamana mendasarkan pada KUHPerdata, akibat hukum atas tidak dipenuhinya prestasi yaitu :⁵⁰

1. Diharuskan membayar ganti rugi yang diderita oleh kreditur atau pihak yang mempunyai hak menerima prestasi (Pasal 1243 KUHPerdata)
2. Diharuskan menerima pemutusan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti kerugian (Pasal 1267 KUH Perdata)
3. Diharuskan menerima peralihan risiko sejak saat terjadinya wanprestasi (Pasal 1237 ayat (2) KUH Perdata)
4. Dia harus membayar biaya perkara jika diperkarakan di pengadilan (Pasal 181 ayat (1) HIR)

Tetapi kembali pada permasalahan yang dibahas disini yaitu upaya hukum yang dapat ditempuh apabila wanprestasi terjadi dalam transaksi jual beli secara *online (e-commerce)*. Terkait hal ini sesungguhnya dapat ditinjau dengan menggunakan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

⁵⁰*Ibid.*

Pertama, upaya hukum yang dapat dilakukan terlebih dahulu bila terjadi wanprestasi jika didasarkan pada UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena pada hakikatnya pembeli itu merupakan konsumen yang diberikan perlindungan hukum. Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa (contohnya : wanprestasi) menurut UU PK, yaitu :

1. Litigasi

Pada Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan. Pasal 45 berbunyi :

- 1) “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”
- 2) “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.”

Kasus wanprestasi yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan kebanyakan merupakan kasus jual-beli yang dilakukan secara langsung atau dengan kata lain mempertemukan penjual dan pembeli, contoh nyatanya yaitu sengketa wanprestasi atas jual beli tanah. Dimana dalam sengketa wanprestasi jual beli tanah ini dikatakan terjadi wanprestasi sebagai contoh bentuk perbuatannya yaitu adanya proses jual beli hak atas tanah telah bersifat terang karena dilakukan dihadapan PPAT namun telah menjadi cacat hukum dikarenakan tidak

hadir dan tidak ikutnya salah satu pihak untuk menandatangani akta-akta tersebut. Perbuatan itu adalah perbuatan wanprestasi.

2. Non Litigasi

Untuk penyelesaian melalui jalur non litigasi yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dimana melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja (contohnya : konsiliasi, mediasi, dan arbitrase). Kasus penyelesaian yang diselesaikan melalui non litigasi atau yang dalam hal ini melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai contohnya yaitu kebanyakan transaksi-transaksi jual beli *e-commerce*. Hal ini dikarenakan BPSK merupakan alternatif bagi konsumen yang kerugian atas transaksi jual beli yang transaksi yang nilainya kecil.

Sebagai konsumen salah satu hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut. Upaya penyelesaian sengketa (contohnya : wanprestasi) didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara Pelaku Usaha

dan Konsumen.⁵¹ Sedangkan bilamana didasarkan menurut Istilah BPSK merupakan suatu lembaga khusus yang dibentuk diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang tugas utamanya adalah menyelesaikan sengketa atau perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha.⁵²

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan lembaga atau institusi non-struktural yang memiliki fungsi sebagai lembaga/institusi yang menyelesaikan permasalahan konsumen di luar pengadilan. Hal tersebut juga sebagaimana Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tepatnya pada Pasal 45 ayat (1) jo, Pasal 23 yang mana memungkinkan penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan. Hal tersebut sebagaimana Pasal 45 ayat (1) jo, Pasal 23 Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan ketentuan pasal 45 ayat (2) UUPK ini, dihubungkan dengan penjelasannya, maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut :⁵³

1. Penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral.

⁵¹Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 350/Mpp/Kep/12/2001 Tahun 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

⁵² Celina Tri Siwi Kristianti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011

⁵³ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 239-240.

2. Penyelesaian melalui pengadilan.
3. Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Sehubungan dengan Tata cara penyelesaian sengketa BPSK diatur dalam UUPK jo Kepmenperindag No.350/MPP/12/2001 tentang pelaksanaan Tugas dan Wewenang. Proses penyelesaiannya pun diatur sangat sederhana dan sejauh mungkin dihindari suasana formal. Proses penyelesaian sengketa melalui BPSK yang mana melalui jalur non litigasi, didasarkan atas Kepmenperindag No.350/MPP/12/2001 memberikan kebebasan pada pelaku usaha ataupun konsumen untuk memilih cara penyelesaian sengketa yang bisa dipilih adalah konsiliasi, mediasi dan arbitrase.

Tetapi jika yang dipilih para pihak adalah konsiliasi atau mediasi, maka ketua BPSK segera menunjuk majelis sesuai ketentuan untuk ditetapkan sebagai konsiliator atau mediator. Jika yang dipilih adalah arbitrase, maka prosedurnya adalah para pihak memilih arbiter ketiga dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah sebagai ketua majelis.⁵⁴

Selain konsiliasi yang kedua yaitu melalui mediasi. Mediasi yakni proses negosiasi penyelesaian sengketa atau pemecahan masalah dimana pihak-pihak ketiga yang tidak memihak bekerjasama dengan para pihak

⁵⁴ Yusuf shofie. *Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut UUPK, Teori dan Peraktek Penegakan Hukum*. Cet ke-1, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 37

yang bersengketa membantu memperoleh kesepakatan perjanjian yang memuaskan, pihak ini disebut mediator.⁵⁵ Mediator tidak mempunyai wewenang untuk memutuskan sengketa, melainkan hanya membantu para pihak untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang diserahkan kepadanya. Jika para pihak yang bersengketa berhasil mencapai saling pengertian dan bersama-sama merumuskan penyelesaian sengketa dengan arahan konkret dari mediator. Maka kesepakatan antara konsumen dengan pelaku usaha. Selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian, ditandatangani oleh para pihak dan diserahkan kepada majelis BPSK untuk dikukuhkan dalam keputusan majelis BPSK untuk menguatkan perjanjian tersebut. Putusan tersebut mengikat kedua belah pihak dan mediasi tidak memuat sanksi administratif.

Selanjutnya untuk upaya penyelesaian sengketa melalui BPSK yang ketiga yaitu dengan cara arbitrase yang didasarkan UU No. 30 tahun 1999 tentang arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar pengadilan, yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa. Arbitrase ini adalah bentuk alternatif paling formal untuk menyelesaikan sengketa sebelum bertlitigasi. Pada proses ini pihak yang bersengketa mengemukakan masalah mereka

⁵⁵*Ibid.*

kepada pihak ketiga yang netral dan memberinya wewenang untuk memberi keputusan.

Ketiga cara penyelesaian itu merupakan upaya hukum yang dapat ditempuh bilamana terjadi sengketa (wanprestasi) yang merugikan konsumen. Putusan BPSK dengan cara konsiliasi atau mediasi, pada dasarnya hanya mengukuhkan isi perjanjian perdamaian yang telah disetujui dan ditandatangani oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Putusan BPSK dengan cara arbitrase, seperti halnya putusan perkara perdata, terdapat duduk perkara dan pertimbangan hukumnya

Upaya hukum yang dapat ditempuh bila terjadi wanprestasi terkait dengan wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (E-Commerce) untuk yang kedua ini ditinjau berdasarkan UU No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam hal ini Apabila penjual online atau pelaku usaha tidak bertanggung jawab dalam hal melakukan wanprestasi pada transaksi e-commerce, maka konsumen dapat menempuh jalur hukum sesuai yang diatur dalam pasal 38 dan 39 undang-undang informasi dan transaksi elektronik tentang penyelesaian sengketa. Pada UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 38 “Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian”.

Sebagaimana pasal 39 ayat (2) UU ITE dijelaskan bahwasannya selain penyelesaian gugatan perdata, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga lainnya, namun bilaman tidak ditemukan titik terang setelah adanya negosiasi lantaran ketika pelaku usaha mencoba menawarkan penyelesaian melalui ganti rugi dengan pengembalian uang jika barang telah dikirim ke penjual, namun pihak pembeli menolak dan ingin uang ditransfer dulu ke pembeli baru barang dikirim kembali ke penjual, karena hal tersebut para pihak kukuh atas komitmen mereka. Sehingga salah pihak yang merasa dirugikan dapat menuntut ke pengadilan karena telah diatur dalam Pasal 38 UU ITE yang memuat bahwasannya “setiap orang yang dirugikan dalam terselenggaranya transaksi elektronik dapat mengajukan gugatan”.

Diajukan gugatan dalam hal ini merupakan upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kerugian yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* yang ditinjau berdasarkan UU ITE dapat dilakukan melalui cara:⁵⁶

1. Litigasi

Sebagaimana dengan pasal 38 UU ITE yang menjelaskan para pihak dapat menggugat apabila dalam penyelenggaraan transaksi elektronik merugikan pihak lain. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal

⁵⁶Ainul Yaqin, *Op.Cit*, hlm. 10

5 ayat (1), (2) dan (3) undang-undang informasi dan transaksi elektronik maka alat-alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah :

- 1) Bukti transfer atau bukti pembayaran,
- 2) SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian,
- 3) Nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.

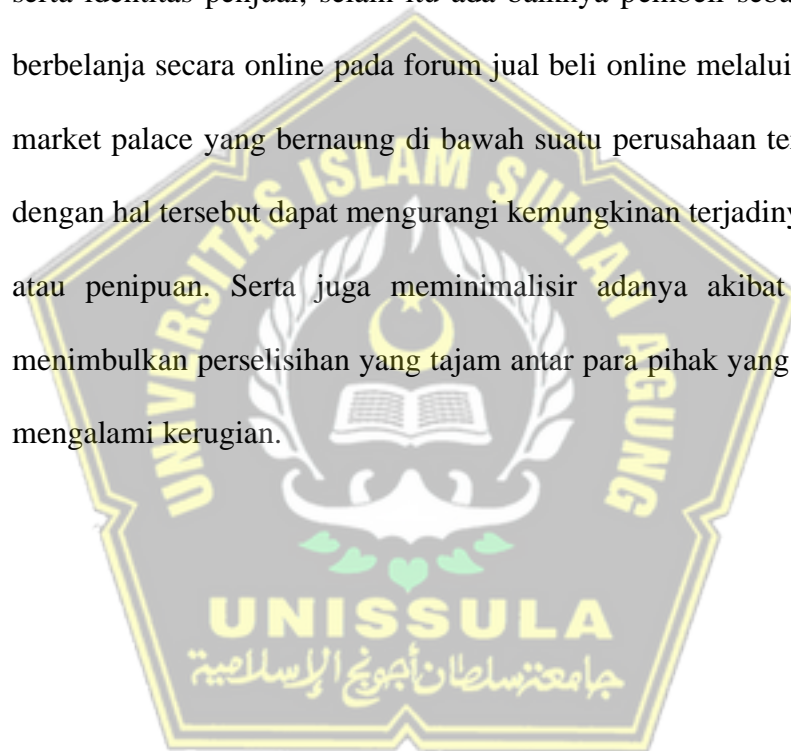
2. Non Litigasi

Pada pasal 39 ayat (2) undang-undang informasi dan transaksi elektronik yang menjelaskan bahwa selain penyelesaian gugatan perdata, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga lainnya.

Didasarkannya pada kedua undang-undang tersebut yaitu undang-undang perlindungan konsumen dan undang-undang informasi dan transaksi elektronik, pada penerapan kenyataannya kembali kepada para pihak yang mengalami wanprestasi atas transaksi jual beli secara *online*. Ini tidak hanya didasarkan pada UU informasi dan transaksi elektronik dikarenakan dalam hal ini pembeli merupakan bagian dari konsumen yang pada hakikatnya memperoleh perlindungan hukum yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen.

Selain itu pada hakikatnya Bentuk wanprestasi dalam jual beli melalui media elektronik (*e-commerce*) tidak jauh berbeda dengan bentuk

wanprestasi dalam jual beli pada umumnya yang membedakan hanya media yang digunakan dalam melakukan transaksi jual beli tersebut. Oleh karena itu sebelum melakukan transaksi jual beli secara online atau *e-commerce* sebaiknya konsumen harus lebih teliti dan jeli dalam memilih suatu produk yang akan dibeli dan juga harus memperhatikan kelengkapan informasi serta identitas penjual, selain itu ada baiknya pembeli sebagai konsumen berbelanja secara online pada forum jual beli online melalui platform atau market place yang bernaung di bawah suatu perusahaan tertentu. Karena dengan hal tersebut dapat mengurangi kemungkinan terjadinya wanprestasi atau penipuan. Serta juga meminimalisir adanya akibat hukum yang menimbulkan perselisihan yang tajam antar para pihak yang saling merasa mengalami kerugian.



BAB IV KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

1. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi:

a. perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dimulai dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sampai akibat-akibat yang timbul dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Terdapat dua aspek terkait cakupan perlindungan konsumen, yaitu :

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati
- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

b. perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi jual beli melalui *e-commerce* juga dapat diwujudkan dengan bentuk:

- 1) Perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan.
- 2) Perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang dibuat antar pihak.

- c. Upaya perlindungan konsumen juga dilakukan dengan pemberian tanggung jawab terhadap pelaku usaha dalam diadakannya kegiatan transaksi, yaitu :
- 1) Tanggung jawab pelaku usaha.
 - 2) Tanggung jawab pelaku usaha periklanan.
 - 3) Tanggung jawab importir barang
 - 4) Tanggung jawab importir jasa
 - 5) Tanggung jawab pelaku usaha yang menjual produk terhadap pelaku usaha lain
 - 6) Tanggung jawab pelaku usaha dalam hal jasa.
- d. Pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak, yaitu :
- 1) Pemerintah.
 - 2) Badan Perlindungan Konsumen Nasional
 - 3) Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
2. Upaya Hukum yang dapat digunakan bagi konsumen apabila terjadi wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (*E-Commerce*) yaitu, sebagai berikut :
- a. Menggunakan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

b. Upaya hukum yang dapat dilakukan terlebih dahulu bila terjadi wanprestasi jika didasarkan pada UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena pada hakikatnya pembeli itu merupakan konsumen yang diberikan perlindungan hukum. Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa (contohnya : wanprestasi) menurut UU PK, yaitu :

1) Litigasi

Pada Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan

2) Non litigasi

Untuk penyelesaian melalui jalur non litigasi yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dimana melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja (contohnya: konsiliasi, mediasi, dan arbitrase)

B. SARAN

1. Pemerintah memiliki peran yang penting serta bertanggung jawab dalam hal pembinaan serta pengawasan terhadap diselenggarakannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta perlu dilakukan sosialisasi UU

ITE sehingga masyarakat dapat memahami dan mengetahui perihal tentang keabsahan perjanjian melalui Internet tersebut. Dalam hal ini sosialisasi dimaksudkan juga agar masyarakat dapat melaksanakan transaksi e-commerce ini sesuai dengan aturan yang berlaku dan juga agar terdapat persamaan persepsi, sehingga tidak terdapat kendala dalam penerapannya.

2. Konsumen harus berhati-hati dalam pembelian secara online, agar tidak terjadi wanprestasi. Dimana Pemerintah harus memberikan pengawasan yang lebih ketat lagi bagi para pihak yang melakukan transaksi elektronik ini yaitu dengan jalan melakukan/mewajibkan diadakannya suatu pendaftaran terhadap segala kegiatan yang menyangkut kepentingan umum didalam lalu lintas elektronik tersebut, termasuk pendaftaran atas usaha-usaha elektronik (e-commerce) yang berupa virtual shops ataupun virtual services lainnya dan kewajiban terdaftarnya seorang pembeli dalam sebuah perusahaan penyelenggaraan sistem pembayaran sehingga proses transaksinya dapat berjalan lancar dan tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275>, diakses pada tanggal 17 Februari 2021 Pukul 19:00 WIB

Buku-Buku:

- Abdul Hakim Barkatullah, 2010, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung
- Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Agus Raharjo, 2001, *Cyber Crime Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Ahmad M.Ramli, 2004, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung
- C.S.T Kansil, 1989, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta
- Celina Tri Siwi Kristianti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta
- Chairuman Pasaribu dan Shrawadi K.Lubis, 1994, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, PT Karya Unipress, Medan
- Edmon Makarim, 2003, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung
- Irwansyah, 2020, *Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*, Mirra Buana Media, Yogyakarta

- Mariam Darus Badruzaman, 2016, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Maskum, 2012, *Kejahatan Siber Cyber Crime Suatu Pengantar*, Kencana, Jakarta
- Meilarati Wiwik, 2017, *Aspek Hukum Penipuan Berbasis Internet*, Keni Media, Makassar
- Munir Fuady, 2002, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Ninik Supami, 2007, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Sinar Grafika, Jakarta
- Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Philipus M. Hadjon, 2011, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Salim HS, 2008, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Jakarta
- Satjipto Rahardjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Sri Hastirin dan Aryani Witasari, 2012, *Pengantar Hukum Indonesia*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang PRESS, Semarang
- Subekti, 2014, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Wahyu Sasongko, 2007, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Unila, Lampung
- Yusuf Shofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- _____, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut UUPK, Teori dan Peraktek Penegakan Hukum*. Cet ke-1, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenada Media Group, Jakarta

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD NRI) Tahun 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 350/Mpp/Kep/12/2001 Tahun 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Jurnal Ilmiah:

Sri Anggraini Kusuma Dewi, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)*, Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIKA) Vol.9, No.2, Agustus 2015.

Yudha Sri Wulandari, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce*, AJUDIKASI : Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018, hal 205.

Karya Tulis Ilmiah/Materi Kuliah/Penelitian:

Diyda Puji Lestari, *Skripsi : Aspek Perlindungan Hukum Jual Beli ONLINE SHOP*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, 2014.

Nadya Ghina Luzuma, *Skripsi : Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online (E-Commerce)*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, 2014.

Internet:

http://meaolshoppontianak.blogspot.com/p/blog-page_51.html

<https://www.kompasiana.com/mfachrip>

<http://etheses.iainponorogo.ac.id/>

<https://islamiwiki.blogspot.com/>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/yuridis>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/transaksi>

Irso, *Dirjen PPO Survei Penerasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting Transformasi Digital,*

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-Indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/satker/>

<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>

[https://mediakonsumen.com/2020/09/20/surat-pembaca/paket-tidak-diterima-proses-pengembalian-dana-shopee-berbelit-belit,](https://mediakonsumen.com/2020/09/20/surat-pembaca/paket-tidak-diterima-proses-pengembalian-dana-shopee-berbelit-belit)

[https://mediakonsumen.com/2021/06/04/surat-pembaca/tokopedia-tidak-tegas-terhadap-seller-nakal,](https://mediakonsumen.com/2021/06/04/surat-pembaca/tokopedia-tidak-tegas-terhadap-seller-nakal)

