

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK  
SKINCARE PALSU MELALUI MARKETPLACE SHOPEE**

Skripsi

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



**Diajukan Oleh:**

**Kharisma Adelia Riqoyani**  
**3030.18.00209**

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

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK**

**SKINCARE PALSU MELALUI MARKETPLACE SHOPEE**



**Diajukan Oleh:**

**UNISSULA**  
جامعة سلطان أبو نوح الإسلامية

**Kharisma Adelia Riqovani**  
**3030.18.00209**

Pada tanggal 20 Desember 2021 telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Aryani Witasari', written over a white background.

**Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum**  
**NIDN: 06-1510-6602**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK**  
**SKINCARE PALSU MELALUI MARKETPLACE SHOPEE**

Dipersiapkan dan disusun oleh

**Kharisma Adelia Riqoyani**  
**3030.18.00209**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 20 Desember 2021  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji  
Ketua,

  
**Dr. Hj. Siti Ummu Adillah, S.H, M.Hum**  
**NIDN: 06-0504-6702**

Anggota


Anggota

  
**Hj. Peni Rinda Listyawati, S.H, M.Hum**  
**NIDN: 06-1807-6001**

  
**Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum**  
**NIDN: 06-1510-6602**

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 dibawah ini:

Nama : Kharisma Adelia Riqoyani

NIM : 30301800209

Fakultas : Hukum

Dengan ini saya menyatakan bahwa, karya tulis yang berjudul:

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK  
SKINCARE PALSU MELALUI MARKETPLACE SHOPEE**

Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindak plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Semarang, 20 Desember 2021

Yang menyatakan



Kharisma Adelia Riqoyani  
3030.18.00209

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kharisma Adelia Riqoyani

NIM : 30301800209

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyerahkan Karya Ilmiah berupa skripsi yang berjudul:

### **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PALSU MELALUI MARKETPLACE SHOPEE**

Menyetujui menjadi Hak Milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan 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 ada pelanggaran Hak Cipta/ Plagiarisme dalam Karya Ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 20 Desember 2021

Mengetahui dan menyetujui  
  
Kharisma Adelia Riqoyani  
3030.18.00209



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kamu dilahirkan dengan mempertaruhkan nyawa orang lain, tidak mungkin jika tidak menjadi apa-apa” –Menjadi Manusia

Sebuah karya ini, saya persembahkan kepada:

1. Kedua orangtuaku, Bapak Tri Jantoro dan Ibu Siti Qori’ah
2. Almamaterku Civitas Akademika Universitas Islam Sultan Agung Semarang



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PALSU MELALUI *MARKETPLACE SHOPEE*.”**

Shalawat serta salam tak lupa penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Skripsi ini mungkin tidak dapat diselesaikan oleh penulis tanpa bantuan dan dukungan dari beberapa pihak selama penyusunan skripsi ini oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Bedjo Santoso, MT., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E, Akt, M. Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Dr. Widayati, S.H., M.H selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Arpangi, S.H., M.H selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus Pembimbing Penulisan Hukum penulis yang telah membantu dalam memberikan saran, arahan, masukan serta meluangkan waktunya hingga terselesainya skripsi ini.

6. Denny Suwondo, S.H., M.H selaku Sekretaris Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Dr. Hj. Siti Ummu Adillah,S.H.,M.Hum selaku Dosen Wali yang telah mendampingi dan memberikan arahan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan membantu kelancaran perkuliahan penulis.
9. Staff dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
10. Rekan-rekan Angkatan 2018 yang sudah menjadi saudara seperjuangan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan dan bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran senantiasa diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi semua pihak dan peneliti selanjutnya.

Semarang, 20 Desember 2021  
Yang menyatakan

**Kharisma Adelia Riqovani**  
**3030.18.00209**



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BERKAS .....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
ABSTRAK .....	xi
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	1
E. Terminologi .....	2
F. Metode Penelitian .....	3
G. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen.....	9
1. Pengertian Perlindungan Konsumen .....	9
2. Asas dan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen .....	11
3. Tujuan Perlindungan Konsumen.....	14
4. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	15
5. Pengertian Pelaku Usaha .....	17
6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha .....	18
B. Tinjauan Umum tentang <i>E-Commerce</i> dan <i>Skincare</i> .....	20
1. Sejarah dan Perkembangan <i>E-commerce</i> .....	20
2. Pengertian dan Peraturan <i>E-Commerce</i> .....	22
3. Jenis-Jenis Transaksi dan Karakteristik <i>E-commerce</i> .....	28
4. Tentang Shopee Indonesia .....	33

	5. Pengertian <i>Skincare</i> .....	41
	6. Jenis-Jenis Produk <i>Skincare</i> .....	42
	7. Pengawasan Terhadap Peredaran <i>Skincare</i> di Indonesia.....	51
	C. <i>E-Commerce</i> Menurut Perspektif Islam.....	59
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	68
	A. Perlindungan Hukum bagi Konsumen Jika dalam Bertransaksi melalui <i>Marketplace</i> Shopee Memperoleh Produk <i>Skincare</i> Palsu .....	68
	B. Pertanggungjawaban Shopee terhadap Kerugian yang dialami oleh Konsumen terkait Produk <i>Skincare</i> Palsu yang diperoleh melalui <i>Marketplace</i> Shopee.....	89
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN .....	107
	A. Kesimpulan.....	107
	B. Saran .....	108
	DAFTAR PUSTAKA.....	109



## ABSTRAK

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Tujuan dalam penelitian ini: 1) Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pembelian produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui *marketplace* shopee. 2) Untuk mengetahui dan mengembangkan pemahaman mengenai pertanggungjawaban yang dilakukan oleh Shopee terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen terkait produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui *marketplace* Shopee.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis. Spesifikasi penelitian berupa deskriptif analitis. Sumber data terdiri dari data primer, data sekunder berupa bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, dan data tersier. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner menggunakan teknik sampel purposive. Kemudian data seluruhnya dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen terhadap pembelian produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee: Pertama, perlindungan hukum yang diberikan oleh Shopee kepada konsumen berupa memperoleh kenyamanan, keamanan, keselamatan barang, ganti kerugian apabila barang tidak sesuai, serta penyelesaian sengketa perlindungan konsumen. Kedua, ganti kerugian yang dialami oleh konsumen sepenuhnya merupakan tanggungjawab dari penjual yang membuka toko di *website* Shopee, Shopee sebagai penyedia *website* hanya menyediakan fitur *refund*, *return*, dan *reshipment* sebagai perantara pembeli dan penjual.

**Kata Kunci:** *Perlindungan Konsumen, Produk Skincare Palsu, Shopee*

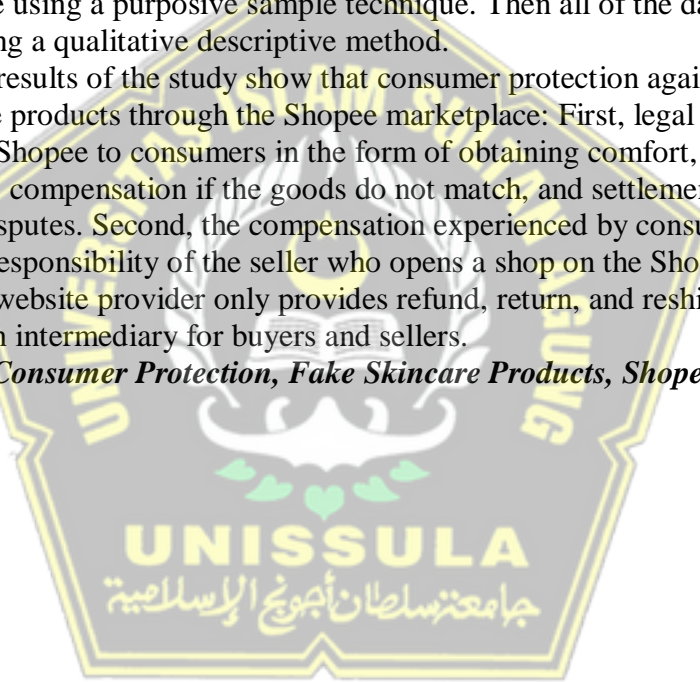
## ABSTRACT

Consumer protection is all efforts that ensure legal certainty to provide protection to consumers. The purposes of this study: 1) To find out and understand the legal protection for consumers against the purchase of counterfeit skincare products obtained through the shopee marketplace. 2) To find out and develop an understanding of the responsibility carried out by Shopee for the losses experienced by consumers related to counterfeit skincare products obtained through the Shopee marketplace.

This study uses a sociological juridical approach. The research specification is in the form of descriptive analysis. Data sources consist of primary data, secondary data in the form of primary legal materials and secondary legal materials, and tertiary data. Data collection techniques in the form of a questionnaire using a purposive sample technique. Then all of the data were analyzed using a qualitative descriptive method.

The results of the study show that consumer protection against purchasing fake skincare products through the Shopee marketplace: First, legal protection provided by Shopee to consumers in the form of obtaining comfort, security, goods safety, compensation if the goods do not match, and settlement of consumer protection disputes. Second, the compensation experienced by consumers is entirely the responsibility of the seller who opens a shop on the Shopee website, Shopee as a website provider only provides refund, return, and reshipment features as an intermediary for buyers and sellers.

**Keywords:** *Consumer Protection, Fake Skincare Products, Shopee*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dari masa ke masa cenderung mengalami perubahan yang pesat, perubahan ini juga berimbas pada penggunaan teknologi di kalangan masyarakat. Kemajuan pada bidang teknologi berhasil membawa perubahan baik dalam lingkup sosial, budaya, ekonomi, dan lain sebagainya. Adanya kemajuan teknologi tentunya mempermudah aktivitas masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Perkembangan dan kemajuan teknologi pada bidang informasi juga berpengaruh seperti halnya pada media internet.<sup>1</sup>

Terkait kemajuan pada bidang informasi dan teknologi yang berkembang di masyarakat, Indonesia telah memberikan perlindungan kepada masyarakatnya. Tujuan perlindungan tersebut dimuat pada pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea keempat yang berbunyi: “Melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia.” Sehubungan dengan hal itu, negara berhak melindungi mulai dari rakyat, kekayaan, serta nilai-nilai bangsa. Namun, tidak hanya menjadi tugas negara saja, melainkan adanya peran aktif warga negara yang dibutuhkan pula dalam melindungi bangsa.

Menurut perolehan data yang dilansir dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), terdapat peningkatan konsumsi internet di Indonesia. Tahun 2021 terjadi peningkatan sebanyak 16% atau 27

---

<sup>1</sup> Yudha Sri Wulandari, “*Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce*,” Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2 (Desember, 2018), 200.

juta, sehingga pada saat ini mencapai 202,6 juta jiwa jumlah penggunaan internet di Indonesia. Jumlah tersebut lebih banyak dibandingkan penggunaan internet pada tahun 2020 yang mencapai 196,7 juta atau 73,7% dari populasi penggunaan internet tahun 2020.<sup>2</sup>

Besarnya kuantitas penggunaan internet di Indonesia berpengaruh juga pada peningkatan kebutuhan masyarakat di berbagai bidang, khususnya pada bidang ekonomi. Dari segi ekonomi, dengan adanya pemanfaatan media internet yang dilakukan baik secara perorangan maupun perusahaan untuk menjalankan bisnisnya yang mengakibatkan terjadi perubahan signifikan dalam hal jual beli. Dimana dengan adanya penggunaan internet yang tumbuh dengan pesat, membuat peluang yang cukup menjanjikan dan menguntungkan dalam hal jual beli. Transaksi jual beli menggunakan media internet disebut *e-commerce*.<sup>3</sup>

*E-commerce* ialah kegiatan bisnis melalui jaringan internet melibatkan konsumen, manufaktur, *servis providers*, dan pedagang perantara.<sup>4</sup> Adanya perkembangan yang pesat dalam teknologi informasi mempermudah masyarakat pada kegiatan jual-beli, kegiatan tersebut bukan hanya dilaksanakan secara konvensional, melainkan mampu dilaksanakan menggunakan sistem *online*.

---

<sup>2</sup> <https://apjii.or.id/content/utama/104> diakses pada 17 April 2021, pukul 12.30 WIB.

<sup>3</sup> Desi Sommaliagustina, "Perlindungan Hukum terhadap *E-commerce* di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 3 No. 2 (2018), 48.

<sup>4</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, Bandung, Nusa Media, 2017. Hlm. 11.

Penggunaan transaksi melalui *e-commerce*, tentunya memudahkan masyarakat dalam hal jual beli secara *online*, ada beberapa alasan mengenai pesatnya perkembangan jual beli secara *online* seperti:

- a. Pada situs belanja *online*, harga yang ditawarkan cenderung terjangkau dibanding harga pada umumnya
- b. Pemberian diskon pada produk yang dijual melalui situs belanja *online*
- c. Para pembeli dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi jual beli
- d. Pelayanan dalam *website* belanja *online* relatif lebih cepat
- e. Pembeli dapat menimbang-nimbang terkait harga jual dari toko satu ke toko yang lainnya pada situs belanja *online* untuk mencari harga produk yang lebih terjangkau
- f. Dapat menghemat uang transportasi, karena jual beli melalui situs belanja *online* dapat dilakukan dimanapun

Namun dibalik kemudahan yang ditawarkan pada penggunaan transaksi elektronik, tentunya memiliki sisi kekurangan jual-beli pada secara *online*, misalnya:

- a. Produk yang ditawarkan penjual pada situs belanja *online* terkadang tidak sesuai dengan keinginan pembeli
- b. Adanya kesalahan dalam proses pembayaran
- c. Ketidaksesuaian waktu dalam pengiriman barang sesuai dengan ketentuan dan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya
- d. Adanya kerusakan barang

Di Indonesia terdapat salah satu jenis *e-commerce* yaitu Shopee. Shopee merupakan sebuah aplikasi *mobile social commerce* yang berbasis *marketplace* dengan menggunakan model bisnis berupa *costumer to consumer* yaitu pengguna dapat menjadi *seller* atau *buyer*. Sebanyak 260 juta transaksi pada Shopee terjadi selama kuartal II 2020. Dalam sehari kira-kira terdapat lebih dari 2,8 juta transaksi pada Shopee, hal tersebut terjadi peningkatan sebanyak 130% dibanding tahun lalu.<sup>5</sup> Aplikasi ini merupakan tempat belanja secara *online* yang menggunakan *platform mobile*, sehingga masyarakat lebih mudah berbelanja maupun berjualan hanya menggunakan *handphone*. Masyarakat dapat membeli produk sesuai kebutuhan, mulai dari pakaian, makanan, barang elektronik, alat tulis, *skincare*, dan lain sebagainya.

Shopee memberikan kemudahan dalam pembayaran, pelanggan dapat membayar pesannya melalui kartu kredit, Shopeepay, Alfamart, Indomart, *Cash On Delivery*, dan sebagainya. Adanya promo menarik yang ditawarkan, serta gratis ongkir membuat masyarakat yang menggunakan aplikasi ini bertambah setiap harinya. Namun, dibalik kelebihan yang ditawarkan Shopee, terdapat pula kemungkinan terjadinya pelanggaran yang dapat mengakibatkan kerugian kepada pihak konsumen. Kerugian tersebut berupa ketidaksesuaian barang dipesan dengan produk yang ditawarkan, barang yang diperoleh mengalami kerusakan/cacat, adanya kesalahan saat pembayaran, waktu pengiriman barang mengalami keterlambatan, dan lain sebagainya.

---

<sup>5</sup><https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-transaksi-di-shopee-lebih-dari-28-juta-transaksi-per-hari> diakses pada 4 Mei 2021, pukul 11.53 WIB.



Masalah yang sering dialami oleh konsumen yaitu mengenai kecurangan para pelaku usaha yang memberikan informasi kurang akurat serta produk terjual tidak sesuai informasi yang diberikan pada deskripsi ada pada setiap produk yang dijual. Seperti halnya pada peningkatan kebutuhan skincare pada masyarakat yang semakin tinggi terkadang tidak sesuai dengan jumlah barang yang ada. Sehingga, para pelaku usaha melakukan berbagai cara untuk memenuhi ketersediaan barang tersebut. Para pelaku usaha yang berbuat curang biasanya menjual produk skincare palsu dengan cara meniru produk aslinya. Pada toko tersebut biasanya mengklaim produk mereka asli, namun tidak semua toko yang mengklaim hal tersebut benar terbukti adanya. Bukan hanya itu, biasanya para penjual memberikan diskon yang cukup menggiurkan serta memberi harga lebih rendah dibanding dari harga pada umumnya, hal ini bertujuan agar penjualan pada toko tersebut dapat mendapat keuntungan yang lebih banyak karena pembeli tertarik pada toko mereka.

Contoh kasus jual-beli produk skincare melalui Shopee terjadi pada tanggal 5 Mei 2020 pengguna Shopee berinisial E memberi ulasan buruk pada toko berinisial B mengenai produk skincare yang dibelinya berupa *The Ordinary AHA 30% + BHA 2% Peeling Solution* 30 ml yang dibelinya seharga Rp 165.000, ia meragukan keaslian produk tersebut karena memiliki tekstur berbeda dengan produk aslinya, serta produk tersebut memiliki bau yang aneh.

Namun, saat ia mengajukan *refund*, penjual bersikeras agar pembelinya memberi bintang 5, dan menolak *refund*.<sup>6</sup>

Pada kegiatan jual beli, apabila terjadi ketidaksesuaian berkaitan kepastian hukum terkait produk palsu yang dijual oleh pelaku usaha kemudian dibeli oleh konsumen karena ketidaktahuan, maka hal tersebut berlawanan dengan Pasal 4 huruf C Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memuat: “hak mendapatkan informasi yang benar, jujur, dan jelas terkait barang yang diperjualkan.”

Adanya suatu hukum yang memberikan perlindungan bagi konsumen dari kerugian penggunaan barang/atau jasa adalah istilah perlindungan konsumen.<sup>7</sup> Adanya Undang-Undang tersebut diharapkan para konsumen mendapatkan perlindungan hukum yang berkeadilan. Perlunya suatu jaminan kepastian hukum bagi konsumen bertransaksi melalui *e-commerce* agar adanya kepercayaan yang timbul pada konsumen serta adanya peningkatan dalam penggunaan transaksi melalui *e-commerce*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyusun penulisan dengan judul: **Perlindungan Konsumen terhadap Pembelian Produk *Skincare* Palsu melalui *Marketplace* Shopee.**

---

<sup>6</sup> <https://shopee.co.id/product/176017673/6908071106?smtt=0.77808172-1619838897.9> diakses pada 30 April 2021, pukul 14.09 WIB.

<sup>7</sup> Burhanuddin S, *Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, Malang, UIN Malang Press, 2011. Hlm. 1.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, masalah-masalah yang dapat diidentifikasi berupa:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen jika dalam bertransaksi melalui *marketplace* Shopee memperoleh produk *skincare* palsu?
2. Bagaimana pertanggungjawaban Shopee terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen terkait produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui *marketplace* Shopee?.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pembelian produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui *marketplace* shopee.
2. Untuk mengetahui dan mengembangkan pemahaman mengenai pertanggungjawaban yang dilakukan oleh Shopee terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen terkait produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui *marketplace* Shopee.

#### D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini ditinjau secara teoritis dan praktis, yaitu:

##### 1. Secara Teoritis

- a. Diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan, serta menambah wawasan pengetahuan khususnya pada bidang hukum mengenai Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Produk *Skincare* Palsu Melalui *Marketplace* Shopee.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman terhadap penelitian sesuai dengan bidang penelitian yang penulis teliti.

##### 2. Secara Praktis

###### a. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat tentang perlindungan konsumen terhadap pembelian produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee

###### b. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat menjadi sumber bacaan bagi mahasiswa yang bertujuan agar meningkatkan pengetahuan tentang perlindungan konsumen terhadap pembelian produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee.

## E. Terminologi

Agar memudahkan pemahaman, maka perlu dijelaskan mengenai istilah-istilah yang terdapat pada judul ini sebagai berikut:

### 1. Perlindungan Konsumen

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

### 2. Pembelian

Pembelian merupakan proses cara atau perbuatan membeli.<sup>8</sup>

### 3. Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu; benda atau yang bersifat kebendaan seperti barang, bahan, atau bangunan yang merupakan hasil konstruksi; hasil; hasil kerja.<sup>9</sup>

### 4. Skincare

Skincare merupakan produk yang diformulasikan dari berbagai bahan aktif dan bahan-bahan kimia yang akan bereaksi ketika diaplikasikan pada jaringan kulit.<sup>10</sup>

### 5. Palsu

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, palsu diartikan sebagai berikut:

---

<sup>8</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pembelian> diakses pada 3 Mei 2021, pukul 18.41 WIB.

<sup>9</sup> <https://kbbi.web.id/produk> diakses pada 18 April 2021, pukul 10.20 WIB.

<sup>10</sup> Dwi Mulyawan dan Neti Suriana, 2013, *A-Z Tentang Kosmetik*, PT Alex Media Komputido, Jakarta. Hlm. 123

- a. Palsu: tidak tulen; tidak sah; lancung (tentang ijazah, surat keterangan, uang, dan sebagainya); tiruan (tentang gigi, kunci, dan sebagainya); gadungan (tentang polisi, tantara, wartawan, dan sebagainya); curang; tidak jujur (tentang permainan dan sebagainya); sumbang (tentang suara dan sebagainya).
  - b. Memalsu: membuat sesuatu yang palsu; melancarkan.
  - c. Memalsukan: memalsu.
  - d. Pemalsu: orang yang memalsu.
  - e. Pemalsuan: proses, cara, perbuatan memalsu.
  - f. Kepalsuan: perihal palsu; kelancungan; kekurangan dan sebagainya.<sup>11</sup>
6. Shopee
- Shopee merupakan *marketplace* tentang jual beli yang menghubungkan antara penjual dengan pembeli Shopee melalui media internet.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis ialah pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis ialah menandai serta mengkonseptualisasikan hukum demi pranata sosial yang nyata dan fungsional dalam sistem kehidupan.<sup>12</sup> Pendekatan yuridis sosiologis memusatkan pada penelitian yang bermaksud mencapai pengetahuan hukum secara empiris langsung pada obyeknya, yaitu mengetahui

---

<sup>11</sup> <https://kbbi.web.id/palsu> diakses pada 18 April 2021, pukul 10.30 WIB.

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, Penerbit Universitas Indonesia Press, 1986. Hlm. 51.

perlindungan konsumen terhadap pembelian produk *skincare* palsu melalui *marketplace* shopee.

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dilaksanakan dengan menelusuri peraturan atau peraturan perundang-undangan yang terkait persoalan hukum yang hendak dikaji, ialah penelitian yang terdapat pada Al-Qur'an dan Al-Hadist, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

## **2. Spesifikasi Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian hukum yang bersifat deskriptif analitis, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil pengamatan, wawancara, dokumen, dan catatan lapangan, kemudian data- data yang diperoleh akan dianalisis. Hasil penelitian ini dianalisis menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

## **3. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

### **a. Data primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dalam melakukan penelitian di lapangan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada

responden untuk memperoleh keterangan yang lebih jelas mengenai perlindungan konsumen terhadap pembelian produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dalam penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan merupakan teknik untuk mencari bahan atau data yang bersifat sekunder yaitu data yang berhubungan dengan bahan primer dan dapat digunakan untuk menganalisa permasalahan. Data sekunder dikumpulkan dengan menelaah buku-buku dan peraturan perundang-undangan yang meliputi:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mengikat sedemikian rupa sehingga mewajibkan seseorang untuk mematuhi serta melaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a) Undang-Undang Dasar 1945

b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

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

2) Bahan Hukum Sekunder



Bahan hukum sekunder, ialah bahan yang berhubungan dengan bahan hukum primer dan mampu berkontributif mengkaji serta mengerti bahan hukum primer, diantaranya rancangan peraturan perundang-undangan, hasil karya ilmiah akademik, dan hasil penelitian.

### 3) Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan yang memberikan keterangan mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari:

- a) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui *Google Form* dengan kriteria berusia minimal 15 tahun ke atas yang berdomisili di Semarang yang pernah membeli produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee.
- b) Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melihat dokumen-dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya yang bersangkutan dengan penelitian ini.

## 5. Analisis Data Penelitian

Data yang didapatkan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif, ialah prosedur penelitian yang membuahkan data deskriptif berwujud kata-kata tertulis atau lisan oleh orang-orang yang

ditinjau, dituntun dari latar belakang individu secara keseluruhan tanpa mengisolasi individu dan organisasinya dalam variabel tetapi mempertimbangkannya sebagai bagian suatu totalitas.<sup>13</sup>

#### **G. Sistematika Penulisan**

Pada penulisan skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SKINCARE PALSU MELALUI MARKETPLACE SHOPEE”** akan diuraikan melalui sistematika penulisan yang terdiri dari 4 (empat) bab yaitu:

##### **Bab I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis akan menyampaikan beberapa hal untuk pendahuluan alasan adanya penulisan ilmiah, yaitu: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, terminologi, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **Bab II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang tinjauan umum mengenai perlindungan konsumen, meliputi; pengertian perlindungan konsumen, asas dan dasar hukum perlindungan konsumen, tujuan perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen, pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha. Tinjauan umum tentang e-

---

<sup>13</sup> Nana Sudjana, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung, Sinar Baru Algesindo, 2007. Hlm. 64.

*e-commerce* dan *skincare*, meliputi; sejarah dan perkembangan *e-commerce*, pengertian dan pengaturan *e-commerce*, jenis-jenis transaksi dan karakteristik *e-commerce*, tentang Shopee Indonesia, jenis-jenis produk *skincare*, pengawasan terhadap peredaran *skincare* di Indonesia. *E-Commerce* menurut perspektif Islam.

### Bab III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas serta menjawab rumusan masalah yang diangkat oleh penulis, yaitu: perlindungan hukum bagi konsumen jika dalam bertransaksi melalui *marketplace* Shopee memperoleh produk *skincare* palsu, pertanggungjawaban Shopee terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen terkait produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui *marketplace* Shopee.

### Bab IV : PENUTUP

Lalu penulis mengakhiri dengan bab keempat sebagai bab penutup yang terdiri dari 2 (dua) sub, yaitu: Kesimpulan, dan saran-saran dari hasil pembahasan yang dilakukan oleh penulis.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen**

##### **1. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan hal yang penting dikarenakan konsumen berada di situasi lemah, sehingga adanya perlindungan hukum terhadap konsumen dapat menjadikan keseimbangan antara kedudukan konsumen dengan pelaku usaha yang diharapkan mampu menjalankan kewajiban serta memperoleh haknya sesuai dengan aturan resmi.

Menurut ketentuan yang berlaku pada Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.” Diharapkan dapat melindungi kepentingan konsumen dari perbuatan semena-mena yang dilaksanakan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab, serta mengakibatkan kerugian yang berdampak pada hak konsumen. Kepastian hukum diberikan untuk melindungi konsumen agar konsumen dapat memperoleh hak yang seharusnya didapatkan. Apabila hak tersebut dilanggar oleh pelaku usaha, maka konsumen berhak melakukan gugatan atau penuntutan kepada pihak pelaku usaha agar dapat memenuhi hak yang seharusnya diberikan kepada konsumen.

Konsumen merupakan istilah yang bersumber alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *consumenten/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consumenten* hanya berlaku di mana posisinya berada. Menurut secara harfiah *consumer* memiliki arti kata yaitu (lawan dari produsen), penggunaan barang maupun jasa yang dilakukan oleh setiap orang.<sup>14</sup>

Menurut *Black's Law Dictionary*, "*consumer is a person who buys goods or service for personal, family, or household use, with no intention of resale; a natural person who uses products for personal rather than business purposes.*"

Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berbunyi: "Konsumen adalah 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."

Berdasarkan pengertian konsumen yang telah diuraikan di atas, terdapat 3 batasan yang membedakan konsumen, yaitu:<sup>15</sup>

- a. Konsumen komersial, yaitu mempunyai maksud untuk tujuan tertentu berupa keuntungan bagi pemakai dalam menggunakan barang/jasa.

---

<sup>14</sup> Celine Tri Siwi Kristiyani, "*Hukum Perlindungan Konsumen*," Cet. 3, Sinar Grafika, Jakarta, 2011. Hlm. 22

<sup>15</sup> Zulham, "*Hukum Perlindungan Konsumen*," Kencana, Jakarta, 2013. Hlm. 117

- b. Konsumen antara, adalah memperdagangkan kembali setelah pemakai menerima barang/ jasa lain, dengan maksud untuk mendapatkan sebuah keuntungan.
- c. Konsumen akhir, yaitu bertujuan untuk melengkapi kebutuhan kehidupan baik secara pribadi, keluarga, maupun orang lain, sehingga setelah pemakai memperoleh dan menggunakan barang/jasa tidak diperuntungkan untuk diperdagangkan kembali.

Secara umum, konsumen yang membeli produk *skincare* termasuk ke dalam konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara merupakan konsumen memperdagangkan kembali produk *skincare* yang telah mereka beli dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Namun, ada juga konsumen yang setelah membeli produk *skincare* dipakai untuk kebutuhan pribadi dan orang lain, dan bukan untuk dijual lagi.

## 2. Asas dan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan asas-asas perlindungan konsumen terdiri dari:

### a. Asas Manfaat

Dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas Keadilan

Dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas Keseimbangan

Dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan,

e. Asas Kepastian Hukum

Dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Ditinjau berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dilihat dalam penyusunan berlandaskan pada teori pembangunan nasional yang terdiri dari pembangunan manusia Indonesia yang secara utuh memiliki landasan falsafah Negara Republik Indonesia. Berdasarkan 5 (lima) asas tersebut

dapat disimpulkan jika terdiri dari 3 (tiga) asas yang menjadi substansinya, yaitu:

- a. Asas kemanfaatan, terdiri dari asas keamanan dan asas keselamatan konsumen
- b. Asas keadilan, terdiri dari asas keseimbangan
- c. Asas kepastian hukum

Dasar Hukum di Indonesia mengatur mengenai seorang konsumen dapat mendapatkan perlindungan konsumen, ialah:

- a. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33
- b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 No. 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821)
- c. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- d. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
- f. Surat Edaran Dirhjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota



- g. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

### 3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Pada Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan mengenai tujuan dari perlindungan konsumen, yaitu:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumenn dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/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, dan keselamatan konsumen.

Upaya dalam mencapai tujuan dari perlindungan konsumen yang dapat dilakukan oleh pemerintah melalui cara memberikan perhatian khusus terhadap perdagangan nasional, pemerintah harus bertanggungjawab terhadap pembinaan serta penyelenggaraan perlindungan konsumen, dan juga peranan dalam pengawasan yang memiliki fungsi untuk melindungi masyarakat dari bahan-bahan yang berbahaya. Adanya Undang-Undang tersebut diharapkan mampu menegakkan keadilan dari konsumen maupun pelaku usaha. Sehingga peran pemerintah dibutuhkan agar para pihak yang terkait dapat berjalan sesuai tanpa menimbulkan kerugian antara satu sama lain.

#### **4. Hak dan Kewajiban Konsumen**

Perihal hak-hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, meliputi:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Terkait hak konsumen yang disebutkan, diantaranya terdapat hak yang dilalaikan oleh para pelaku usaha. Misalnya, hak dalam memperoleh informasi secara rinci dan detail perihal barang yang dipesan, serta hak untuk memperoleh ganti kerugian apabila telah terjadi kerusakan, cacat, atau konsumen yang tidak menerima barang tersebut.

Selain konsumen mempunyai hak, terdapat pula kewajiban yang dimiliki oleh konsumen telah diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdiri atas:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan ialah penting, sesuai dengan kewajiban konsumen. Dikarenakan pelaku usaha menyimpan itikad baik memberikan data yang pasti terkait suatu produk. Seperti halnya pelaku usaha mencantumkan label secara rinci dan jelas pada suatu produk, bahkan mencantumkan peringatan dalam produk tersebut. Namun, terkadang beberapa konsumen menghiraukan data yang telah diberikan oleh pelaku usaha.

Upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen sesuai ketentuan Undang-Undang yang berlaku wajib diikuti oleh konsumen. Kewajiban itu termasuk dalam bentuk keseimbangan dari hak konsumen dalam menghasilkan upaya penyelesaian sengketa secara baik. Penyelesaian sengketa ini dapat berjalan dengan baik apabila konsumen mengikuti proses penyelesaian sengketa, dan melaksanakan kewajiban-kewajiban sebagaimana semestinya.

## **5. Pengertian Pelaku Usaha**

Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memuat bahwa: “Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam

wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.” Pelaku usaha mencakup perusahaan, korporasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Koperasi, importer, pedagang, distributor, dan sebagainya.

Pada jual beli *skincare*, biasanya para pelaku usaha terdiri dari pedagang yang membeli produknya melalui distributor sebuah perusahaan yang menjual produk *skincare* tersebut. Distributor merupakan perantara produk dari pabrik ke pengecer atau pelanggan. Setelah suatu produk *skincare* diwujudkan oleh pabrik, produk tersebut diantar ke distributor yang selanjutnya menjajakan produk tersebut ke pengecer atau pelanggan.

## **6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Hak-hak dari pelaku usaha diatur dalam ketentuan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain, diantaranya:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan merupakan hak dari pelaku usaha, artinya pihak pelaku usaha tidak mempunyai kekuasaan dalam menuntut apabila keadaan barang dan/atau jasa yang telah diberikan kepada konsumen dinilai kurang layak berdasarkan tarif yang sudah ditetapkan secara umum.

Tidak hanya hak-hak saja yang dipunya, namun menurut Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan mengenai kewajiban bagi pelaku usaha yang meliputi:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban itu bertujuan agar konsumen mendapatkan hasil optimal mengenai adanya perlindungan serta kepastian hukum yang telah diberikan. Pelaku usaha berkewajiban untuk beritikad baik menjalankan kegiatan usahanya. Berbeda dengan konsumen yang berkewajiban beritikad baik memenuhi transaksi baik berupa pembelian barang maupun jasa.

## **B. Tinjauan Umum tentang *E-Commerce* dan *Skincare***

### **1. Sejarah dan Perkembangan *E-commerce***

*E-commerce* berkembang bersamaan dengan seiringnya kemajuan teknologi informasi, daya tarik yang dimiliki oleh internet seperti halnya saluran 24 jam sehari, efisiensi, sumber informasi, pilihan tempat dan pilihan yang tanpa batas yang menjadikan para konsumen tertarik menggunakan internet.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Shabur Miftah, Heru Susilo, Riyadi, “Implementasi *E-Commerce* sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang)”,

Di Amerika Serikat, internet muncul pada tahun 1969 untuk pertama kalinya, yang terdiri dari suatu jaringan computer yang ditemukan di *University of California di Los Angeles, University of California di Santa Barbara, University of Utah*, serta Institut Penelitian Stanford. Proyek tersebut mendapatkan dana dari Departemen Pertahanan Amerika Serikat yang bernama *Advances Researches Project Agence (ARPA)*, atau ARPANET didesain secara khusus bertujuan agar diadakan sistem desentralisasi internet.<sup>17</sup>

Kemudian pada sekitar tahun 1980, perluasan ARPANET yang mempunyai tujuan untuk menghubungkan computer di seluruh dunia yang dilakukan oleh Yayasan Ilmu Pengetahuan (*National Science Foundation*). Internet yang didalamnya juga termasuk *electronic mail (E-mail)* mengalami perkembangan hingga tahun 1994, dimana saat itu telah diperkenalkannya *World Wide Web (WWW)*, Selanjutnya perkembangan internet menyebar hingga masuk kegiatan bisnis, industri, hingga rumah tangga.<sup>18</sup>

Pada tahun 1996 *E-commerce* berkembang di Indonesia dengan ditandai berdirinya *Dyviacom* Intrabumi atau biasa disebut dengan *D-Net* yang merupakan perintis pada bidang transaksi *online*. Wadah yang disediakan transaksi ini dalam bentuk berupa *mall online* dengan sebutan *D-*

---

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1165>, diakses pada 2 Agustus 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>17</sup> Tim E-Commerce.co.id, "*Definisi, Tujuan, Jenis dan Manfaat E-Commerce*", dikutip dari [www.commerce.co.id](http://www.commerce.co.id), diakses pada tanggal 1 Agustus 2021

<sup>18</sup> *Ibid*



*Mall* yang didalamnya sudah menampung sebanyak 33 toko *online*. Krisis ekonomi di Indonesia pada tahun 1997-1998 yang menyebabkan eksistensi *e-commerce* sedikit berkurang. Kemudian pada tahun 1999 masyarakat mulai kembali tertarik meskipun hanya terbatas dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi yang sedang berkembang.<sup>19</sup>

## 2. Pengertian dan Peraturan *E-Commerce*

Secara etimologi, istilah *E-Commerce* berasal dari penggabungan 2 (dua) kata yang terdiri dari *Electronic* dan *Commerce*. *Electronic* memiliki arti elektronik, sedangkan *Commerce* memiliki arti perdagangan. Sehingga dapat artikan bahwa *electronic commerce* merupakan transaksi perdagangan melalui media elektronik yang berhubungan dengan internet.<sup>20</sup>

Pengertian *E-Commerce* menurut pendapat Julian Ding, yaitu: *“Elektronic Commerce or E-Commerce as it is also known, is a commercial transaction between avendor and purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of rights. This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public network or system as apposed to private network (closed system). The public network system must considered on open system (e.g the internet or world wide web). The transaction concluded regardless of national boundaries or local requirement.”*<sup>21</sup>

Pada *Black’s Law Dictionary Seventh Edition E-Commerce* disebutkan bahwa: *“E-Commerce; The practice of buying and selling ggods and services through online consumer services on the internet. The e, a*

---

<sup>19</sup> Adi Sulisty Nugroho, *“E-Commerce Teori dan Implementasi”* Candi Gebang, Yogyakarta, 2006. Hlm. 2.

<sup>20</sup> *Ibid.* Hlm 5.

<sup>21</sup> Mariam Darus, *“Aneka Hukum Bisnis,”* Alumni, Bandung, 1994. Hlm. 283.

*shortened from of electronic, has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction.”*

Sehingga dapat disimpulkan mengenai pengertian dari *e-commerce* ialah suatu kegiatan bisnis yang memakai media internet dalam menjalankan kegiatan seperti penjualan barang, pelayanan, serta informasi, *e-commerce* juga sebagai wadah yang dapat menghubungkan antara transaksi elektronik baik dengan perusahaan, konsumen, atau masyarakat.

Peraturan mengenai *e-commerce* dibagi menjadi beberapa perspektif, diantaranya:

a. Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Prosedur jual beli melalui elektronik menurut KUHPerdata bermula dari penjual dan pembeli membuat kesepakatan memenuhi transaksi, kesepakatan ini biasa disebut kontrak. Pada dasarnya kontrak dan perjanjian memiliki kesamaan, namun yang membedakannya antara lain, yaitu: jika kontrak ialah perjanjian secara tertulis dalam pembuatannya, padahal perjanjian ialah hubungan antara dua pihak yang terdiri dari pihak satu berjanji kepada pihak lain dalam melaksanakan suatu hal, pada perjanjian tidak dibedakan berdasarkan dibuat secara tertulis maupun tidak tertulis.

Transaksi jual beli dalam *e-commerce* terdapat adanya suatu perjanjian. Namun perjanjian yang dilakukan dalam transaksi *e-commerce* berbeda dengan perjanjian secara umum, yang

membedakannya adalah walaupun tidak ada konferensi langsung antara kedua belah pihak tetap dapat disebut dalam perjanjian dikarenakan perjanjian antara pihak dilakukan dengan cara elektronik dimuat kontrak elektronik, meskipun begitu kontrak dapat mengikat para pihak.<sup>22</sup>

Terkait perjanjian dalam transaksi *e-commerce* berlandaskan pada Pasal 1320 KUHPerdata, dimana dalam pasal tersebut bertujuan agar perjanjian berkekuatan hukum mengikat antara kedua belah pihak. Adapun mengenai syarat-syarat sahnya perjanjian, yaitu:

- 1) Kesepakatan yang mengikat kedua belah pihak
- 2) Kecakapan dalam membuat suatu perikatan
- 3) Suatu pokok persoalan tertentu
- 4) Suatu sebab yang tidak terlarang

Perikatan terletak dalam perjanjian muncul ketika adanya suatu perjanjian yang mana perjanjian terjadi jika antara kedua belah pihak melakukan janji, sehingga timbulah kesepakatan yang menyebabkan diantara kedua belah pihak tersebut timbul perikatan. Sebagaimana dalam Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi: “Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan baik karena undang-undang”. Sedangkan perjanjian diatur dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dijelaskan: “suatu perbuatan dengan

---

<sup>22</sup> Oc Kaligis, “Penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Prakteknya,” Yarsif Watampoe, Jakarta, 2012. Hlm. 35.

mana satu orang lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.”

b. Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Jual beli dilakukan melewati internet dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Jo Undang- Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diatur di dalam Pasal 17 ayat (1) berbunyi: “Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat”. Pada pasal tersebut menyarankan agar adanya kesempatan eksploitasi teknologi informasi yang dilakukan penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat dalam melaksanakan transaksi elektronik. Hal tersebut sesuai Pasal 17 ayat (1) harus beritikad baik dalam melaksanakan transaksi tukar-menukar antara informasi elektronik selama berlangsungnya proses transaksi. Teknologi informasi harus dilakukan secara baik serta bertanggungjawab ketika dilakukan pemanfaatan, hal itu bertujuan agar masyarakat dapat memperoleh manfaat secara baik pula.<sup>23</sup>

Terkait bentuk kontrak yang ada pada transaksi elektronik memiliki sifat mengikat antara pihak yang termasuk ke transaksi elektronik. Dijelaskan bahwa para pihak wajib menyetujui terhadap sistem elektronik yang dipakai. Selain itu, pihak juga mendapatkan kewenangan dalam memilih *choice of law* dan *choice of forum* yang bertujuan agar

---

<sup>23</sup> J. Satrio, “*Hukum Perikatan-Perikatan yang Timbul dari Perjanjian*,” Buku 1, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995. Hlm. 21

proses penyelesaian sengketa yang terjadi saat dilakukan transaksi tersebut.<sup>24</sup>

Secara umum ketentuan tersebut tertera dalam halaman yang berisi tentang syarat dan ketentuan pada *website online store* menjadi dasar kontrak elektroniknya. Jika pembeli setuju dengan syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh penjual, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh pembeli ialah memberikan kode ceklis pada halaman tersebut sebagai bentuk telah terjadinya kesepakatan kontrak elektronik yang ditetapkan.<sup>25</sup>

Kontrak elektronik ialah kontrak baku dilakukan dengan cara dirancang, dibuat, ditetapkan, digandakan, dan disebarluaskan lewat internet dilakukan dalam bentuk digital yang dibuat oleh pembuat kontrak secara sepihak untuk ditutup oleh penutup kontrak dengan cara digital pula. Secara elektronik, kontrak dijadikan salah satu bentuk perjanjian baku yang dilaksanakan dengan jarak jauh, dan para pihak biasanya menggunakan perjanjian elektronik tidak bertemu.<sup>26</sup>

Perjanjian elektronik merupakan dokumen elektronik berisi transaksi dan/atau perdagangan elektronik, sedangkan perdagangan secara elektronik artinya perdagangan barang atau jasa dilaksanakan

---

<sup>24</sup> Alice Kalangi, “Kedudukan dan Kekuatan Mengikat Perjanjian Transaksi Melalui Internet,” dalam *Jurnal Lex Privatum* Vol. III No. 4 Juli 2015. Hlm. 136

<sup>25</sup> *Ibid*

<sup>26</sup> *Ibid*

melewati jaringan computer atau media elektronik lain, hal tersebut sesuai ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Apabila terjadi adanya suatu sengketa, bukti transaksi elektronik dapat dijadikan sebagai alat bukti. Ketentuan tersebut pada Pasal 5 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Jo Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Informasi dan Transaksi Elektronik, berisi:

- 1) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan bukti hukum yang sah.
- 2) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan Hukum Acara yang berlaku di Indonesia.
- 3) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dinyatakan sah apabila menggunakan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang ini.
- 4) Ketentuan mengenai Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku untuk:
  - a) Surat yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk tertulis;
  - b) Surat beserta dokumennya yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk akta notariil atau akta yang dibuat oleh pejabat pembuat akta.

Transaksi yang dilakukan dengan memakai elektronik sebagai sarananya, walaupun alat bukti dalam transaksi tersebut dapat digunakan, tetapi diperlukan terkait ketentuan-ketentuan hukum yang dijadikan komplemen berisi ketentuan umum dan khusus dalam jenis perjanjian tertentu. Perjanjian berupa jual beli termuat di Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, jika *e-commerce* berdasarkan klasifikasi transaksi dilaksanakan dalam jual beli *modern* dengan cara pengaplikasian terkonologi berupa internet sebagai bentuk media transaksinya.<sup>27</sup>

Pada transaksi *e-commerce*, perjanjian tersebut mempunyai kekuatan yang mengikat. Transaksi Elektronik tertuang di kontrak elektronik memikat para pihak. Sehingga perjanjian yang terjadi pada *e-commerce* wajib mempunyai kekuatan hukum sama oleh kekuatan hukum yang dimiliki secara konvensional.<sup>28</sup>

### 3. Jenis-Jenis Transaksi dan Karakteristik *E-commerce*

Transaksi yang terdapat dalam penggunaan *e-commerce* terdiri dari beberapa jenis, diantaranya:<sup>29</sup>

#### a. *Business to Business* (B2B)

Sistem komunikasi bisnis dilaksanakan pelaku bisnis atau dengan cara elektronik antar perusahaan secara rutin memiliki kapasitas produk jumlah yang besar.

---

<sup>27</sup> Tim Hukum Online, “*Syarat dan Ketentuan Hukum Alat Bukti Elektronik*” dikutip dari [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com), diakses pada 4 Agustus 2021, pukul 14.00 WIB.

<sup>28</sup> Alice Kalangi, *Op.Cit.* Hlm. 139.

<sup>29</sup> Abdul Halim Barkatullah, “*Bisnis E-Commerce (studi sistem keamanan dan hukum di Indonesia)*,” Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005. Hlm. 18

b. *Business to Consumer (B2C)*

Transaksi yang dilaksanakan secara ritel dengan pembeli yang sifatnya individual. Tidak hanya itu, *Business to Consumer (B2C)* artinya transaksi *e-merchant* dengan *e-customer*.

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

Terdiri atas konsumen yang menjual produknya secara langsung kepada beberapa konsumen lainnya, serta dalam hal ini individu juga mengiklankan produk barang atau jasanya.

d. *Consumer to Business (C2B)*

Dikenal sebagai individu yang menjual baik berupa produk atau jasa yang ditujukan kepada organisasi atau individu yang mencari penjual yang kemudian memenuhi transaksinya.

e. *Non-Business Electronic Commerce*

Terdiri atas kegiatan non bisnis, misalnya kegiatan yang diselenggarakan lembaga pendidikan, kegiatan keagamaan, kegiatan yang berupa organisasi nirlaba, atau yang lainnya.

f. *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce*

Kegiatan yang termasuk ke dalam aktivitas organisasi yang bersifat secara internal dengan menggunakan internet agar dapat memenuhi transaksi dalam pertukaran barang, jasa, dan informasi, menjual beberapa produk dari perusahaan kepada karyawannya, serta hal-hal yang lain.



Karakteristik khusus yang dimiliki oleh *e-commerce*, berupa:<sup>30</sup>

a. Transaksi tanpa batas

Sebelum memasuki zaman internet, halangan perusahaan atau individu yang memiliki keinginan untuk *go internasional* terhalangi oleh batas-batas geografi yang akhirnya menyebabkan para perusahaan atau individu harus mempunyai dana yang banyak agar mampu menjual produknya sampai ke luar negeri. Seiring berjalannya waktu, adanya kemudahan yang diberikan oleh internet dapat mempermudah para perusahaan dapat menjual produknya hingga ke luar negeri melalui pembuatan *website* atau dengan cara menawarkan melalui iklan-iklannya yang diunggah ke dalam internet tanpa adanya batasan waktu, sehingga membuat para konsumen dari berbagai Negara dapat melakukan transaksi secara *online* berkat keringanan yang ditawarkan oleh internet.

b. Transaksi anonim

Transaksi *e-commerce* tidak diharuskan untuk berjumpa secara langsung antara satu sama lain.

c. Produk digital dan non digital

Produk digital yang disebarkan via internet dapat didapatkan dengan mengunduh secara elektronik, produk-produk digital tersebut dapat berupa music, software computer.

---

<sup>30</sup> Shabur Miftah Maulana, "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online," dalam Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 29 No. 1 Desember 2016. Hlm. 67

d. Produk barang tak berwujud

Perusahaan yang menjalankan bisnis di unit *e-commerce* yang merekomendasikan barang tak terwujud dapat menjualnya melalui internet.

Di Indonesia, jenis *e-commerce* yang paling sering digunakan adalah *Business to Consumer (B2C)*. Pada *e-commerce* jenis ini contohnya toko ritel terdiri produk eceran untuk dijual serta gudang yang memiliki ketersediaan barang. Jenis *e-commerce* ini memiliki keunggulan berupa transaksi dapat dilakukan secara *online*, dinamis, serta kemudahan yang ditawarkan berkat adanya teknologi yang canggih. Shopee merupakan contoh *marketplace* yang menggunakan *Business to Consumer (B2C)*, termasuk di dalam *marketplace* Shopee yang menjual berbagai produk *skincare* juga merupakan jenis *Business to Consumer (B2C)*.

Mekanisme dalam transaksi *e-commerce* melalui beberapa tahapan, diantaranya:<sup>31</sup>

a. *Find it*

Pembeli dapat mengetahui barang yang dinantikan secara mudah, taktik yang bisa digunakan adalah *search* dan *browse*. Penggunaan *search* dapat dilakukan dengan cara memasukkan kata kunci barang yang dinantikan oleh pembeli, sedang menu tentang jenis barang yang disajikan dapat menggunakan metode *browse*.

---

<sup>31</sup> Yahya, Zein, "Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce dalam Transaksi Nasional & Internasional," Mandar Maju, Bandung, 2009. Hlm. 54

*b. Explore it*

Selanjutnya sesudah mempunyai jenis barang yang dinantikan akan muncul perihal barang yang akan ditunjuk beserta informasi tentang produk yang hendak dibeli. Seperti halnya penilaian barang yang dilakukan pembeli lebih dulu, termasuk perincian maupun hal-hal yang berkaitan dengan barang yang pembeli inginkan. Jika dirasa barang tersebut cocok, maka transaksi mengenai pembelian barang tersebut siap dilakukan.

*c. Select it*

Sebelum melakukan pembayaran, pembeli harus memilih barang yang hendak dibeli pada shopping cart yang berkedudukan sebagai dalam melaksanakan mekanisme *check out*, menghapus, serta menyimpan daftar belanja.

*d. Buy it*

Proses selanjutnya sesudah pembeli melaksanakan *check out* adalah transaksi pembayaran. Pembayaran pada kartu kredit tidak dikenakan ditarik oleh pihak *e-merchant* sebelum proses pengiriman diselesaikan.

Proses ini menyertakan bank selaku perantara yang disebut *acquiring merchant* dan *issuing customer bank* sebagai atas nama *e-customer* pada saat melaksanakan penyetoran terhadap barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada *e-merchant*.

*e. Ship it*

Tahap selanjutnya sesudah pembayaran diselesaikan, maka email yang berisi konfirmasi serta email yang berisi pemberitahuan mengenai status pengiriman barang yang dikirim oleh pihak *e-merchant*. Pada toko *online* biasanya menyajikan *account* bagi *klien* seperti *mailbox* dalam melakukan layanan fasilitas, sehingga pembeli mengerti status *order* yang disediakan *account* tersebut.

Proses transaksi membeli produk *skincare* pada *marketplace* Shopee juga menggunakan cara *find it, explore it, select it, buy it, serta ship it*. Awalnya pembeli mencari produk *skincare* yang diinginkan di Shopee, kemudian produk *skincare* tersebut akan muncul beserta deskripsi produk, langkah berikutnya adalah menambahkan produk *skincare* yang diinginkan ke dalam keranjang Shopee, lalu pembeli membayar barang tersebut dengan berbagai macam metode pembayaran yang dapat dipilih, terakhir pembeli tinggal menunggu barang pesanan datang.

#### 4. Tentang Shopee Indonesia

Shopee adalah salah satu mode perusahaan yang bekerja pada unit *e-commerce* yang termasuk ke dalam Garena yang berubah nama menjadi Sea Group sebuah perusahaan di bidang internet yang terletak di Asia Tenggara. Pada tahun 2015 Shopee pertama kali diperkenalkan di Singapura yang diikuti oleh beberapa Negara, misalnya Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Filipina, dan Vietnam. Shopee menggunakan

*Consumer to Consumer (C2C) mobile marketplace* dalam menjalankan bisnisnya.<sup>32</sup>

Di Indonesia, pada tanggal 12 Desember 2015 secara resmi Shopee Indonesia berdiri dibawah pengawasan PT. Shopee Indonesia. Perkembangan pesat terjadi sejak Shopee diluncurkan, hal tersebut ditandai dengan sebanyak 43.000.000 (empat puluh tiga juta) aplikasi sudah diunduh. Penawaran yang ditawarkan oleh Shopee berupa “*one stop mobile experience*” yang memfalisitasi *live chat* agar mempermudah interaksi antara para palaku usaha dengan konsumennya. Selain itu, Shopee juga menyediakan sistem pembayaran baik berupa melalui Indomaret, Alfamart, transfer bank, kredivo, serta kartu kredit. Shopee juga menyediakan dompet elektronik disebut dengan *Shopeepay* yang dapat menyimpan dana baik bagi pelaku usaha maupun konsumen.<sup>33</sup>

Shopee berkolaborasi dengan jasa logistik di Indonesia, contohnya J&T, JNE, Antareja, Sicepat, Pos Indonesia, dan lain sebagainya untuk memudahkan dalam proses pengiriman barang. Untuk mencegah hal yang tidak dinantikan, Shopee juga menyediakan sistem garansi jaminan uang kembali apabila barang tidak sampai.

---

<sup>32</sup> Tim Shopee, “*Tentang Shopee*”, dikutip dari [www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id) diakses pada 4 Agustus 2021, Pukul 20.20 WIB

<sup>33</sup> Tim Wikipedia, “*Shopee Indonesia*”, dikutip dari [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) diakses pada 4 Agustus 2021, Pukul 20.29 WIB

Hak-hak yang dimiliki Shopee sebagai sarana layanan guna menjamin atas kenyamanan serta keamanan bagi para pengguna diantaranya:<sup>34</sup>

- a. Kewenangan yang dimiliki Shopee dalam melakukan tindakan lanjut terhadap akun-akun yang sekiranya terindikasi melakukan penyalahgunaan, melanggar aturan-aturan yang telah tertera pada situs shopee, bahkan memanipulasinya. Tindakan yang diambil oleh pihak shopee dalam mengatasi permasalahan tersebut ialah dengan cara moderasi, pemberhentian layanan “jual barang”, pembatasan terhadap pembuatan akun dalam jumlah yang banyak, hak pengguna dibatasi atau diakhiri, bahkan dapat menutup akun tersebut tanpa adanya pemberitahuan kepada pemilik akun.
- b. Pihak shopee berhak mengambil tindakan terhadap persoalan yang terjadi pada saat transaksi.
- c. Kegagalan dalam mematuhi ketentuan yang tertera dalam aturan penggunaan di shopee yang dilakukan oleh pengguna, maka tindakan moderasi, pemberhentian layanan “jual beli”, hingga penutupan akun atau bahkan mengambil jalur hukum dapat dilakukan oleh pihak shopee.
- d. Jika diperlukan, data-data pribadi pengguna berhak diminta oleh pihak shopee

---

<sup>34</sup> Tim Shopee, “*Syarat dan Ketentuan Layanan*”, dikutip dari [www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id), diakses pada 2 Juli 2021, Pukul 20.40 WIB

- e. Mengenai ketentuan dalam penggunaan shopee sewaktu-waktu dapat berubah, sehingga perubahan-perubahan yang terjadi dalam situs tersebut dianggap telah disetujui oleh penggunanya.
- f. Untuk meningkatkan mutu serta pelayanan pada situs Shopee, penggunaan data dan informasi milik pengguna berhak digunakan oleh pihak shopee.

Hak-hak yang dimiliki oleh pihak Shopee dapat melindungi *marketplace* tersebut dari perbuatan-perbuatan yang merugikan antar satu sama lain, seperti halnya penyalahgunaan. Shopee berhak menindak lanjuti akun-akun yang dinilai melanggar ketentuan yang telah diberlakukan.

Selain hak-hak yang dimiliki shopee, terdapat pula kewajiban-kewajiban yang dimiliki shopee, diantaranya: <sup>35</sup>

- a. Layanan yang menggunakan situs shopee baik memerlukan data pribadi pada saat pendaftaran, serta mengakses wajib dilindungi oleh pihak shopee
- b. Pihak shopee melindungi informasi yang berkaitan mengenai produk yang muncul pada saat penggunaan layanan di situs shopee.
- c. Pengguna situs shopee jika diminta oleh institusi berwenang sesuai aturan hukum, pihak pengadilan yang memerintah secara legal, maupun pihak aparat yang bersangkutan untuk memberitahukan data serta informasi secara wajib.

---

<sup>35</sup> *Ibid*

- d. Kerugian yang dialami oleh pihak pembeli atau penjual wajib akibat adanya kekeliruan pada sistem wajib diberikan kompensasi atau ganti rugi oleh pihak shopee.
- e. Shopee harus patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang sedang berlaku.

Kewajiban dimiliki oleh pihak Shopee tentu diharapkan dapat menciptakan keseimbangan antara kewajiban yang dimiliki oleh Shopee dengan kewajiban yang dimiliki oleh para konsumen yang menggunakan Shopee. Sehingga kewajiban yang terpenuhi oleh pihak Shopee dapat memberikan perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku, serta dapat dijalankan sebagaimana semestinya.

Adapun hak-hak yang dipunya oleh konsumen yang menggunakan situs Shopee, antara lain:<sup>36</sup>

- a. Pengguna berhak memperoleh informasi secara rinci dan jelas tentang situs shopee yang sedang digunakannya.
- b. Jika terdapat pertanyaan tentang produk atau layanan, pengguna berhak mengajukan hal tersebut kepada pihak *customer care* Shopee lewat alamat *email support@shopee.co.id* atau dengan cara mengisi formulir umpan balik terdapat dalam aplikasi.

---

<sup>36</sup> *Ibid*



- c. Apabila ada kaitannya tentang pemberitahuan yang berhubungan dengan hukum, pengguna berhak mengirim *email* ke *legal@shopee.com*
- d. Pemberian pertimbangan atas pelayanan yang telah diberikan kepada pihak shopee dapat diberikan oleh pengguna shopee
- e. Konsumen dapat memperoleh ganti rugi berupa pemngembalian barang atau dana apabila jika tidak ada kesesuaian antara produk yang diterimanya. Adapun yang dapat diajukan oleh pembeli terkait permohonan barang dalam hal kondisi tersebut ialah:
- 1) Pada saat diterima barang dalam kondisi cacat atau rusak;
  - 2) Barang yang dikirim oleh pihak penjual berbeda dengan spesifikasi yang disepakati kepada pembeli;
  - 3) Adanya perbedaan barang dengan daftar ketersediaan barang bersifat material yang dikirimkan oleh pihak penjual.
- f. Pengguna berhak menerima pemberhentian penggunaan layanan.  
Selain hak yang dipunyai oleh konsumen shopee, termuat kewajiban yang dipenuhinya, berupa:<sup>37</sup>
- a. Wajib mematuhi ketentuan yang sudah tercantum dalam penggunaan layanan sesuai ketetapan yang ditetapkan pihak shopee.

---

<sup>37</sup> *Ibid*

- b. Jika shopee memerlukan penggunaan, pengumpulan, pengolahan konten, data pribadi maupun informasi, pengguna wajib memberikannya.
- c. Informasi terkait kepemilikan pengguna wajib disetujui dan diakui oleh pengguna terhadap layanan shopee yang digunakan.
- d. Diharuskan untuk membayar sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli terkait suatu produk.
- e. Data serta identitas yang diberikan kepada pihak shopee harus terbukti keakuratannya.

Kelebihan yang dimiliki oleh Shopee, sebagai berikut:

- a. Shopee mudah digunakan bagi para pengguna, terlebih aplikasi ini dapat diunduh di ponsel melalui playstore maupun Apps Store. Pengguna dapat mengakses melalui website maupun aplikasi.
- b. Adanya promo menarik yang ditawarkan, misalnya voucher gratis ongkir, cashback hingga diskon. Namun saat menggunakan voucher gratis ongkir pembeli harus membeli dengan jumlah harga sesuai ketentuan jika ingin memakai voucher gratis ongkir tersebut. Sebenarnya voucher gratis ongkir semacam subsidi ongkir yang diberikan kepada pembeli, jadi beberapa pembeli masih membayar ongkir meskipun tidak sepenuhnya.
- c. Transaksi pembayaran yang dapat digunakan bermacam-macam disertai dengan langkah-langkah metode pembayarannya, antara lain dapat melalui Indomaret, Alfamart, Shoope pay, Shopee paylater,

Kredivo, transfer bank, Oneklik, cicilan kartu kredit, serta dapat melalui system COD atau cash on delivery.

- d. Terdapat fitur chat untuk pengguna kepada seller shopee, sehingga dapat menanyakan langsung terkait ketersediaan barang masih ada atau tidak.
- e. Dapat mengajukan complain melalui fitur live chat kepada customer servis Shopee jika terjadi kesalahan seperti adanya penipuan.
- f. Shopee juga menyediakan fitur games yang dapat dimainkan di aplikasinya, contohnya shopee tangkap, shopee tanam, shopee capit, shopee lempar, goyang shopee, shopee serba 10 ribu, shopee joget, dan lainnya.

Dibalik kelebihan yang ditawarkan Shopee, ada beberapa kekurangan yang dimilikinya, seperti halnya:

- a. Kemudahan berjualan menggunakan shopee menyebabkan spam seller yang dapat menimbulkan kewanjatan pada pihak shopee untuk mengatasi permasalahan ini, dikarenakan shopee menggunakan system dropshiper.
- b. Adanya penjual yang tidak jujur sehingga terjadinya penipuan, sehingga untuk pembeli diharapkan berhati-hati dalam memilih barang di took yang akan dibelinya.
- c. Penggunaan Shopee menyebabkan aplikasi ini beberapa kali mengalami *error* dikarenakan *loading* yang lama dan berat pada saat diakses.

d. *Customer servis* shopee sering kali mengalami keterlambatan membalas chat yang didapatkan dari pengguna, bahkan terkadang balasan dari customer servis tidak nyambung dengan pokok bahasan, sehingga dibutuhkan waktu yang lama untuk menyelesaikannya.

## 5. Pengertian *Skincare*

*Skincare* merupakan gabungan 2 kata berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari *skin* yang memiliki arti kulit dan *care* yang berarti perawatan, penggabungan dari kata tersebut memiliki arti perawatan kulit. Para ahli berpendapat bahwa *skincare* ialah upaya dengan memakai alat atau produk tertentu yang mempunyai tujuan agar kulit senantiasa dalam keadaan yang sehat dan baik.<sup>38</sup> Agar kulit tetap dalam kondisi yang sehat, maka *skincare* merupakan hal yang harus dilakukan dalam merawat kondisi kulit.

Untuk menunjang perawatan kulit, kini banyak produk-produk yang sudah beredar di kalangan masyarakat. Misalnya, pembersih, sabun, serum, toner, cream, pelembap, facemist hingga lip balm yang berfungsi sebagai pelembap bibir. Harga yang ditawarkan pada setiap produk tergantung dari merk serta kegunaan masing-masing produk *skincare*nya. Banyak *skincare* yang berasal dari brand local hingga brand dari luar negeri yang senantiasa menarik daya minat pembeli dari berbagai kalangan masyarakat. Bahkan masyarakat rela mengeluarkan biaya yang tidak

---

<sup>38</sup> [https://www.laite.co.id/pengertian-skin-care -dan-mengenali-jenisnya/](https://www.laite.co.id/pengertian-skin-care-dan-mengenali-jenisnya/) diakses pada 9 Agustus 2021, Pukul 21.30 WIB

sedikit demi mencoba produk-produk *skincare* yang dirasa cocok untuk perawatan kulitnya, semua itu dilakukan agar mendapatkan kulit dengan hasil yang bagus meskipun harganya mahal.

Namun, tidak semua produk *skincare* yang dicoba cocok dengan kondisi kulitnya, karena kondisi kulit setiap manusia berbeda. Terkadang produk *skincare* dengan harga yang mahal tidak menjamkannya. Jika tidak cocok menggunakan suatu produk, maka dapat menyebabkan jerawat, kulit kusam, beruntusan, kulit kemerahan, hingga kulit terasa perih. Oleh sebab itu, penting bagi pengguna *skincare* dalam memilih produk yang mengandung bahan sesuai dengan kebutuhan serta jenis kulitnya.

## 6. Jenis-Jenis Produk *Skincare*

*Skincare* digolongkan ke dalam beberapa jenis sesuai dengan kegunaan serta manfaatnya, jenis-jenis *skincare* diantaranya:<sup>39</sup>

### a. *Make Up Remover*

*Make up remover* merupakan pembersih wajah yang berguna untuk membersihkan sisa kotoran yang menempel pada wajah setelah penggunaan make up. Jika sebelum tidur tidak membersihkan make up terlebih dahulu, maka dapat menyebabkan pori-pori tersumbat yang kemudian timbul jerawat.

### b. *Eye Remover*

---

<sup>39</sup> <https://www.senka.id/senka-stories/macam-macam-skincare> diakses pada 3 Juli 2021, Pukul 17.00 WIB

*Eye remover* ialah produk pembersih untuk area mata yang bertujuan untuk membersihkan riasan di area mata setelah penggunaan make up. Pada area mata harus menggunakan produk khusus, dikarenakan area mata memiliki kondisi yang sensitif serta lapisannya tipis. Sehingga dianjurkan dalam membersihkan riasan di area mata menggunakan *eye remover*.

c. *Cleansing Oil*

*Cleansing oil* merupakan produk yang mengandung bahan-bahan dari campuran minyak alami yang memiliki fungsi untuk membersihkan serta mengangkat dari sisa-sisa kotoran atau sel kulit mati pada wajah.

d. *Exfoliator*

*Exfoliator* yaitu produk mengandung bahan kimia dan menggunakan alat-alat tertentu yang mempunyai tujuan agar mengangkat sel kulit mati yang secara alami tidak dapat dihilangkan.

e. *Face Wash*

*Face wash* ialah sabun pembersih muka baik dalam bentuk gel, sabun batangan, atau busa, berfungsi sebagai menjaga kelembapan di kulit wajah.

f. *Toner*

*Toner* mengandung bahan utama berupa air yang pada umumnya juga mengandung berbagai bahan aktif. Toner sendiri berfungsi untuk menghapus sisa make up, kotoran, dan minyak berlebih setelah mencuci muka.

g. *Essence*

*Essence* terdiri dari air yang mempunyai konsentrasi bahan aktif tinggi dan ekstrak tumbuh-tumbuhan. *Essence* bertujuan agar melembabkan kulit, menghaluskan kulit wajah, serta meratakan rona kulit wajah.

h. *Serum*

*Serum* merupakan sejenis pelembab yang terdiri dari bahan-bahan aktif berupa air, asam dan emulsi, serum berfungsi untuk memperbaiki kulit.

i. Pelembab

Pelembab digunakan untuk melindungi, melembabkan, dan memberikan lumasan pada permukaan kulit wajah.

j. *Face Oil*

*Face oil* ialah berupa tekstur yang kental serta cukup berminya, digunakan untuk menjaga kelembaban kulit dan menghidrasi.

k. *Sunsreen*

*Sunsreen* merupakan produk perawatan kulit yang berfungsi untuk melindungi dari paparan sinar matahari, terdiri dari bahan senyawa kimia seperti *oxybenzone* dan *avobenzone*.

l. Masker Wajah

Masker wajah adalah masker kecantikan baik dalam bentuk gel, serbuk, atau pasta dengan cara dioleskan pada permukaan kulit wajah. Bertujuan untuk membersihkan, mengencangkan kulit, dan mencerahkan wajah.

m. Krim Mata

Krim mata yaitu diformulasikan secara khusus untuk kulit halus yang berada di area sekitar mata yang berfungsi agar memperlambat kerutan dan penuaan.

n. Masker Mata

Masker mata ialah masker yang secara khusus digunakan pada area sekitar mata yang memiliki fungsi berupa menghilangkan kantong mata, mata sembab, dan penuaan pada area mata.

Jenis-jenis *skincare* yang beragam sesuai dengan kebutuhan yang memikat masyarakat terkadang memicu persaingan antar pelaku usaha yang tidak sehat. Hampir semua jenis *skincare* dapat dipalsukan oleh para pelaku usaha yang berbuat curang, dikarenakan tingkat ketersediaan barang tidak sesuai dengan yang diperlukan oleh masyarakat di pasaran.

Produk *skincare* yang dipalsukan oleh pelaku usaha tentunya membuat para konsumen harus lebih selektif dalam memilih produk *skincare* tersebut. Tentunya dampak yang ditimbulkan dari pemakaian *skincare* palsu dapat menyebabkan jerawat, beruntusan, flek, merah-merah, serta dapat mengancam kesehatan yang lebih serius.

Bahan-bahan berbahaya yang tidak boleh terdapat dalam kandungan *skincare*, yaitu:<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> <https://www.merdeka.com/sumut/10-bahan-kimia-berbahaya-dalam-produk-skincare-dan-dampak-buruknya-klm.html> diakses pada 3 Juli 2021, Pukul 18.00 WIB



a. *Parabens*

*Parabens* umumnya digunakan pada produk kecantikan, namun kandungan ini memiliki efek berbahaya terhadap tubuh hingga dapat menyebabkan kanker kulit, kanker payudara, hingga mengganggu reproduksi, hal tersebut dilansir menurut pendapat *Food and Drug Administration* (FDA).

b. *Phthalates*

*Phthalates* terdiri dari kandungan bahan kimia yang difungsikan untuk melembutkan dan meningkatkan fleksibilitas plastik dalam kosmetik, bertujuan agar produk lebih mudah menempel pada kulit secara cepat. Kandungan ini dapat mengakibatkan cacat lahir yang beragam pada pertumbuhan anak-anak.

c. *Phenoxyethanol*

*Phenoxyethanol* ialah zat antiseptik yang bertujuan untuk bahan pengawet. Jika zat ini digunakan pada kulit dengan jumlah yang terlalu banyak, maka dapat mengakibatkan gangguan kesehatan semacam alergi pada kulit.

d. *Fragrance*

*Fragrance* atau biasa disebut dengan parfum yang mengandung bahan yang dapat mengganggu produksi androgen, gangguan metabolisme, resistensi insulin, serta keseimbangan hormon pada perempuan. Sebaiknya dalam penggunaan produk *skincare* tidak menggunakan bahan ini, dikarenakan bahan ini memiliki efek negatif bagi tubuh.

e. *Sodium Lauryl Sulfate*

*Sodium Lauryl Sulfate* banyak ditemukan dalam produk *skincare* berupa sampo, sabun mandi, obat kumur, alas bedak, serta sabun muka. Kandungan ini dapat mengakibatkan kerusakan mata, muncul jerawat di area mulut serta dagu.

f. *Retinol*

*Retinol* biasa digunakan dalam produk anti-aging yang bertujuan untuk mencegah terjadinya kerutan serta penuaan pada wajah. Biasanya ditemukan pada produk pelembab, produk bibir, serta pada tabir surya.

g. *Toluene*

*Toluene* paling sering digunakan pada cat kuku serta pewarna rambut. Namun, kandungan ini menyebabkan racun yang mempengaruhi sistem kekebalan tubuh dan dapat menyebabkan cacat lahir. Hal tersebut dikarenakan terdapat pelarut petrokimia yang mudah menguap. Sehingga disarankan bagi perempuan yang sedang hamil untuk tidak menggunakan cat kuku.

h. BHT

BHT terdiri dari antioksidan sintetis yang dapat mengakibatkan gangguan pada hormone serta kerusakan hati manusia. Kandungan ini paling banyak ditemukan dalam penggunaan produk lipstik, *moisturizer*, dan diaper cream.

i. *Polyethylene Glycol*

*Polyethylene Glycol* dapat menimbulkan permasalahan pada sistem pernafasan. Kandungan ini ada pada produk berupa lotion, sampo, dan tabir surya.

*j. Propylene Glycol*

*Propylene Glycol* merupakan turunan dari petroleum. Jika menggunakan produk terdapat kandungan secara berlebihan, maka dapat menyebabkan kemerahan hingga iritasi. Kandungan ini biasanya terdapat dalam produk *lipstick*, sampo, hingga *skincare*.

*k. Formaldehyde*

*Formaldehyde* ialah turunan dari formaldehyde, serta harus menghindari *quaternium-15*, *DMD hydantoin*, serta *imidazolidinyl urea*. *Formaldehyde* bertujuan sebagai bahan pengawet pada produk kosmetik dan *skincare*. Kandungan ini dapat menyebabkan penyakit asma.

*l. Oxybenzone*

*Oxybenzone* memiliki resiko yang tinggi, menurut beberapa studi bahkan menyebutkan bahwa bahan kimia yang terkandung dalam sunscreen sebanyak 56%. Efek yang ditimbulkan dalam pemakaian produk yang mengandung bahan ini adalah dapat menyebabkan gangguan pada sistem hormon serta dapat berakibat terkena kanker kulit.

*m. Triclosan*

Menurut penelitian dari *Washington University*, membuat bakteri lebih kuat serta tahan lama meskipun *triclosan* memiliki sifat antibakteri.

Sehingga tubuh dapat mengalami gangguan hormon, resistensi bakteri, gangguan yang terjadi pada fungsi otot, dan kekebalan tubuh yang dapat mengakibatkan terjadinya alergi.

Ciri-ciri produk skincare palsu dapat dikenali dengan tanda-tanda sebagai berikut:<sup>41</sup>

a. Tidak terdapat izin dari BPOM

Izin BPOM bertujuan agar menjamin produk-produk *skincare* yang beredar aman untuk dipakai. Jika produk *skincare* yang dibeli tidak ada keterangan izin dari BPOM, maka dapat dicek melalui website BPOM terkait produk tersebut sudah terdaftar atau belum.

b. Tidak mengikutsertakan keterangan yang terdapat dalam kandungan bahan

Keterangan yang terdapat dalam produk *skincare* dapat membantu para konsumen untuk mengetahui kandungan-kandungan yang terdapat dalam sebuah produk *skincare*.

c. Harga yang ditawarkan terlalu murah

Apabila harga yang dijual terlalu murah dibandingkan dengan harga aslinya, maka pembeli harus waspada karena dikhawatirkan produk tersebut palsu. Lebih baik para pembeli membeli produk skincare di toko yang terjamin atau membeli di *website* resminya.

d. Kemasan produknya mempunyai kualitas yang lebih rendah

---

<sup>41</sup> <https://www.allyoung.co.id/blogs/beauty-tips/kenali-ciri-skincare-palsu> diakses pada 16 Oktober 2021, pukul 11.07 WIB.

Kemasan kualitas rendah seperti warna pudar, memiliki kemasan yang sifatnya asal-asalan terkadang membuat kandungan bahan dalam kemasan tidak tertulis dengan jelas, sehingga pembeli kesulitan untuk membacanya.

e. Mempunyai warna serta bau yang tidak wajar

Produk *skincare* yang mempunyai warna, tekstur, serta bau yang berbeda dari produk aslinya patut untuk dicurigai seperti halnya bau yang lebih menyengat daripada produk aslinya.

f. Tidak mencantumkan pabrik

Pencantuman informasi serta alamat pabrik atau kantor pembuatan *skincare* dengan tujuan agar memberikan informasi yang jelas dari produsen ke konsumen.

g. Testimoni buruk

Apabila membeli produk *skincare* melalui *website*, sebaiknya para pembeli melihat *review* atau penilaian terlebih dahulu. Jika terdapat penilaian buruk tentang produk tersebut seperti produk *skincare* yang tidak sesuai dengan kemasan, tesktur berbeda dengan aslinya harusnya dapat diwaspadai.

Bahan berbahaya yang terkandung dalam produk *skincare* yang paling banyak ditemukan di Indonesia adalah *merkuri*. *Merkuri* merupakan salah satu bahan yang berfungsi untuk memutihkan kulit dalam jangka waktu yang cepat dengan cara menghambat pembentukan *melanin*. Hasil dari pemakaian *skincare* yang menggunakan bahan ini relatif cepat, namun

bahaya yang ditimbulkan juga sangat berbahaya. Jika menggunakan produk skincare dengan bahan merkuri secara terus menerus, maka efek yang ditimbulkan dapat mengancam kesehatan. Seperti halnya, penyakit kanker kulit.

## 7. Pengawasan Terhadap Peredaran *Skincare* di Indonesia

Pengawasan merupakan pengawasan serta memperbaiki terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para bawahan agar bertujuan untuk diberikannya jaminan atas rencana yang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan. Oleh sebab itu, pengawasan mempunyai tujuan untuk mengukur suatu pelaksanaan dibandingkan dengan yang dicita-citakan serta rencananya, dapat diperlihatkan jika terjadinya penyimpangan yang bersifat secara negatif, maka akan dilakukan gerakan atau tindakan untuk memperbaiki penyimpangan-penyimpangan dalam upaya mewujudkan rencana yang ingin dicapai.<sup>42</sup>

Adanya pengawasan tersebut berkaitan dengan pemerintah yang bertujuan untuk mengawasi peredaran *skincare* di masyarakat. Diperlukan nya pengawasan yang bersifat efektif agar dapat mengendalikan peredaran *skincare* yang merugikan pihak konsumen. Pengawasan mengenai peredaran *skincare* terdiri dari pengawasan yang dilakukan mulai dari daerah hingga pusat yang termasuk ke dalam bidang pengawasan kepada Dinas Perdagangan dan Perindustrian serta Badan POM dan dinas lainnya.

---

<sup>42</sup> John Salindelo, "Tata Laksana Dalam Manajemen," Sinar Grafika, Jakarta, 1998. Hlm.

Adapun tujuan dari pengawasan tersebut, diantaranya:<sup>43</sup>

- a. Bertujuan agar dapat mengetahui rencana yang telah ditentukan berjalan sesuai atau tidak.
- b. Agar dapat mengetahui ketentuan yang termasuk dalam intruksi serta asas-asas dilaksanakan sesuai dengan semestinya.
- c. Memiliki tujuan untuk dapat melihat kesulitan-kesulitan serta kelemahan-kelemahan dalam pelaksanaannya.
- d. Agar dapat mengetahui bahwa rencana berjalan secara efisien atau tidak.
- e. Jika terjadi kesulitan-kesulitan dalam proses berjalannya rencana, maka dapat dicari jalan keluarnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengawasan yang dilakukan tersebut memiliki tujuan agar menyaring kesalahan-kesalahan yang terjadi untuk dijadikan acuan dalam mengambil sebuah kebijakan dalam tercapainya sasaran yang semaksimal mungkin.

Selain itu, terdapat beberapa jenis-jenis pengawasan yang terbagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu:<sup>44</sup>

- a. Pengawasan internal, dilaksanakan badan organ terstruktur terdiri dari lingkungan pemerintahan itu sendiri.

---

<sup>43</sup> Sukarno. K, "Dasar-Dasar Manajemen," Miswar, Jakarta, 1992. Hlm. 105

<sup>44</sup> Saiful Anwar, *Op. Cit.* Hlm. 127

- b. Pengawasan eksternal, dilaksanakan organ atau lembaga terstruktur di luar pemerintah.

Jika dilihat dari beberapa segi, pengawasan mampu dikategorikan ke beberapa jenis, di antaranya adalah:<sup>45</sup>

- a. Pengawasan dilihat dari cara pelaksanaannya

- 1) Pengawasan langsung, dilaksanakan dengan mengunjungi atau melaksanakan pemeriksaan di lokasi langsung terhadap objek yang sedang diawasinya.
- 2) Pengawasan tidak langsung, dilaksanakan dengan cara tanpa mengunjungi letak dilaksanakannya suatu pekerjaan yang sedang dipantau. Pada pengawasan ini dilaksanakan dengan cara meninjau serta menganalisa dokumen terkait objek yang sedang dipantau yang dalam hal ini disampaikan oleh pelaksana atau sumber lainnya.

- b. Pengawasan dari segi kewenangan

- 1) Pengawasan formal, dilaksanakan oleh para lembaga pengawasan atau dapat dilakukan oleh para instansi pengawasan memiliki validitas perintah pada unit pengawasan tersebut.
- 2) Pengawasan non formal, ialah pengawasan dalam hal ini dilaksanakan masyarakat secara langsung ataupun tidak langsung. Pengawasan non formal juga dinamakan sosial kontrol, contohnya pada pengawasan yang dilakukan dengan cara adanya surat

---

<sup>45</sup> Ridwan HR, "Hukum Administrasi Negara," Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006. Hlm. 256



pengaduan yang dilakukan oleh masyarakat dengan berita maupun artikel.

Apabila ditinjau berdasarkan waktu pelaksanaannya, sistem pengawasan dibagi menjadi beberapa kelompok, di antaranya:<sup>46</sup>

- a. Pengawasan preventif, yaitu pengawasan dilaksanakan lebih dulu diawalinya kegiatan. Pengawasan tersebut dilaksanakan dengan cara membuat pemeriksaan serta kesepakatan rencana kerja dan anggarannya, ditetapkannya adanya Petunjuk Operasional (OP), adanya kesepakatan terkait rancangan peraturan perundang-undangan yang nantinya akan ditetapkan pejabat atau instansi terkait. Tujuan dari diadakan pengawasan ini ialah agar mengantisipasi penyimpangan yang tidak sesuai.
- b. Pengawasan yang dilaksanakan ketika sedang berlangsung, pengawasan diadakan bertujuan agar dapat menilai terkait hasil secara sah semestinya berhasil atau pada yang seharusnya dapat berhasil di waktu berikutnya.
- c. Pengawasan represif, ialah pengawasan dilaksanakan ketika akhir urusan atau sesudah pelaksanaan urusan timbul penyimpangan-penyimpangan yang tidak sesuai.

Perihal pembinaan serta pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen yang memiliki fungsi agar dapat melindungi

---

<sup>46</sup> Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia, "Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia," Toko Gunung Agung, Jakarta, 1997. Hlm. 159

keperluan pihak konsumen yang terdampak pada peredaran jasa atau barang yang berakibat buruk. Sehubungan dengan hal tersebut, dimuat di Pasal 29 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berisi perihal:

- (1) Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha;
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan atau menteri teknis terkait;
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen;
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
  - a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dengan konsumen;
  - b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  - c. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen;
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sehubungan dengan Pasal 29 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2011 tentang Pembinaan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, secara rinci disebutkan mengenai tugas tersebut berupa:

- (1) Menciptakan iklim usaha sehat antara pelaku usaha dengan konsumen, dijabarkan dalam Pasal 4 bahwa upaya tersebut dilakukan atas koordinasi menteri dengan menteri teknis terkait dalam hal:
  - a. Penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen;
  - b. Perasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
  - c. Meningkatkan peranan BPKN dan BPSK melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga;
  - d. Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing;
  - e. Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan, keterampilan;
  - f. Penelitian terhadap barang dan atau jasa beredar yang menyangkut perlindungan konsumen;
  - g. Peningkatan kualitas barang dan atau jasa;
  - h. Peningkatan kesadaran sikap jujur dan tanggungjawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, dan menjual barang dan atau jasa;

- i. Peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan mencegah dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku.
- (2) Berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPSK), upaya yang dilakukan dalam hal:
- a. Perasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
  - b. Pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola LPKSM melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan.
- (3) Berbagai upaya yang dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen, terkait dalam hal:
- a. Peningkatan kualitas aparat penyidik pegawai negeri sipil di bidang perlindungan konsumen;
  - b. Peningkatan kualitas tenaga peneliti dan penguji barang dan atau jasa;
  - c. Pengembangan dan pemberdayaan lembaga pengujian mutu barang;
  - d. Penelitian dan pengembangan teknologi pengujian dan standar mutu barang dan atau jasa serta penerapannya.

Badan Pengawas Obat dan Makanan juga terlibat dalam perlindungan konsumen terhadap produk skincare. Badan Pengawas Obat dan Makanan merupakan badan pemerintahan yang mempunyai

wewenang mengawasi persebaran produk baik makanan maupun obat-obatan, selain itu juga bertanggungjawab terkait persebaran kosmetik produk kecantikan dan perawatan kulit.

Pengawasan dilaksanakan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan berupa:

- a. Turut serta secara tepat ke lapangan atau lokasi diperkirakan menjual produk yang berbahaya serta syaratnya tak terpenuhi.
- b. Kemasan suatu produk diteliti terkait terpenuhi atau tidak syarat-syaratnya.
- c. Badan Pengawas Obat dan Makanan pada saat dilaksanakannya penelitian, membeli beberapa produk dengan anggaran yang telah ditanggung oleh negara dan melakukan uji di laboratorium.
- d. Badan Pengawas Obat dan Makanan tak mempunyai wewenang merampas produk langsung.
- e. Badan Pengawas Obat dan Makanan memiliki kewajiban untuk melaksanakan sosialisasi kepada toko yang menjual produk berbahaya serta produk tidak memenuhi syarat.
- f. Pengawasan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan dibagi menjadi 2 (dua) macam, diantaranya:
  - 1) Dilaksanakan sebelum produk diproduksi.
  - 2) Dilaksanakan sesudah produk disebarkan.

Adanya Badan Pengawas Obat dan Makanan diharapkan dapat memberikan perlindungan konsumen kepada masyarakat, khususnya terkait produk *skincare* di kalangan masyarakat. Sehingga dengan usaha optimal yang diberikan pemerintah dapat melindungi masyarakat dari kerugian-kerugian ditimbulkan oleh pelaku usaha curang.

### C. *E-Commerce* Menurut Perspektif Islam

Jual beli menurut Islam menurut etimologis berasal dari al buyu' jama dari al-bai' yang artinya mengambil sesuatu dan menerima sesuatu.<sup>47</sup> Sedangkan dalam terminologis, jual beli berarti tukar menukar antara sesama harta yang dilakukan menggunakan cara tertentu yang mempunyai tujuan agar memindahkan kepemilikannya.<sup>48</sup> Pasal 20 Ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah mengatur tentang Ba'i, yaitu: "*Ba'i* adalah jual beli antara benda dan benda, atau pertukaran antara benda dengan uang."

Untuk melakukan praktek akad jual beli menurut Al-Qur'an disebutkan dalam QS. An-Nisaa'/4:29 yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan

<sup>47</sup> Mardani, "*Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*," Sinar Grafika, Jakarta, 2013. Hlm. 82

<sup>48</sup> Enang Hidayat, "*Fiqh Jual Beli*," PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung, 2015. Hlm. 12

janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Rukun jual beli menurut Ulama Hanafiyah disebutkan bahwa terdiri dari 2 (dua) rukun, yaitu: *ijab* dan *qabul*, yang didasarkan pada prinsip-prinsip berupa kerelaan yang berasal dari kedua belah pihak untuk saling berganti kepemilikan yang dapat dalam bentuk baik ucapan atau perbuatan.<sup>49</sup>

Pada umumnya, para ulama mempunyai pendapat dengan menetapkan bahwa rukun dari jual beli terdiri dari:<sup>50</sup>

- 1) *Aqid*, artinya berupa orang yang melaksanakan akad yang dalam hal ini dilakukan oleh penjual dan pembeli.
- 2) *Ma'qud 'alaih*, artinya nilai ukur dari ganti suatu barang serta barang yang dibelinya.
- 3) *Sighat*, yang dimaksudkan adalah lafadz mengenai *ijab* dan *qabulnya*.

Sedangkan mengenai syarat jual beli yang seperti rukun jual beli sebagaimana telah dijelaskan di atas, berdasarkan pendapat menurut para ulama terdiri dari:

- 1) Syarat *aqid*
  - a) Berakal dan *mumayyiz*.
  - b) Jumlahnya terdiri lebih dari 2 orang.
- 2) Syarat *Ma'qud 'alaih*

---

<sup>49</sup> Ismawati Rais dan Hasanudin, “*Fiqih Muamalah dan Aplikasinya pada LKS*,” Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011. Hlm. 68-69

<sup>50</sup> *Ibid*

- a) Barang yang hendak dijual dalam keadaan yang jelas.
  - b) Barang yang akan dijual adalah benda yang mempunyai nilai serta memiliki manfaat.
  - c) Barang yang dijual dalam hak miliknya merupakan hak milik pribadi.
  - d) Dapat diserahkan ketika barang tersebut dijual.
- 3) Syarat *Sighat*
- a) Bersifat cakap.
  - b) Antara ijab dengan qabul mempunyai kesesuaian.
  - c) Dilakukan dalam satu tempat yang sama.

Praktek yang dilakukan pada transaksi *as-salam* sama halnya dengan menggunakan *e-commerce* yang mengacu pada hukum perikatan islam. Kata *as-salam* berasal dari bahasa arab mempunyai arti berupa penyerahan. Sedangkan transaksi *as-salam* ialah transaksinya menggunakan tunai atau harus segera menyerahkan barang yang ditangguhkan dalam sistem pembayarannya. Transaksi *salam* wajib menyertakan informasi yang jelas terkait takaran atau timbangannya, selain itu juga diharuskan ketentuan mengenai tempo waktu yang jelas. Pada jual beli yang terdiri atas *salam*, syarat dan ketentuan dipakai berlaku secara umum terkait jual belinya.<sup>51</sup>

Syarat *ba'i salam* diatur dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 101 s/d Pasal 103 yang berupa:

---

<sup>51</sup> Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, "*Bisnis & Muamalah Kontemporer*," Al Azhar Publishing, Bogor, 2015. Hlm. 106



- 1) Kualitas dan kuantitas barang sudah jelas. Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran, atau timbangan, dan/atau meteran.
- 2) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.
- 3) Barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.
- 4) Pembayaran barang dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.

Transaksi yang menggunakan *e-commerce* bisa saja disamakan akad salam dengan menggunakan cara dilihat dari barang yang ditransaksikan kosong pada saat transaksi. Bagi calon pembeli sebelum melaksanakan akad salam hendaknya memastikan barang yang akan dibelinya dengan informasi secara rinci terkait barang kepada penjualnya. Namun, saat berlangsungnya akad barang yang diharapkan belum ada di antara hadapan kedua belah pihak hendak melaksanakan transaksinya tetapi pada penjual dapat menyediakan barang yang dipesan pihak calon pembeli sesuai dengan sifat yang sudah diuraikan, calon pembeli dapat melaksanakan pembayarannya terlebih dahulu. Selanjutnya barang tersebut hendak diberikan kepada pembeli sesuai dengan kesepakatan antar kedua belah pihak terkait temponya.

Hal-hal yang berkaitan dengan penyebab diharamkannya bisnis *online*, yaitu:

- 1) Sistem yang digunakan dalam bertransaksi bersifat haram, contohnya berupa *money gambling* dikarenakan judi termasuk haram.
- 2) Barang atau jasa yang menjadi objek transaksi berupa barang yang tergolong haram.
- 3) Adanya pelanggaran dalam perjanjian atau terkait dengan unsur-unsur penipuan.
- 4) Serta hal yang tidak terdapat manfaat yang mengakibatkan munculnya kemudharatan.<sup>52</sup>

Menurut ketentuan yang dikemukakan oleh *bahth al-masa'il*, hukum yang dimiliki terkait pelaksanaan transaksi menggunakan *e-commerce* bersifat boleh. Hal tersebut dikarenakan dalam pelaksanaan transaksi menggunakan *e-commerce* diuraikan mengenai sifat-sifat yang dimiliki oleh barang yang akan diperjualbelikan, seperti halnya disebutkan terkait harga dari barang yang akan diperjualbelikan serta adanya ijab qabul melalui tulisan yang tertulis di dalam internet.

Walaupun pada saat dilaksanakan praktek yang menggunakan *e-commerce* disejajarkan transaksi *as-salam* yang berupa transaksi dengan pembelian barang baru diserahkan hari berikutnya, sedang pembayaran yang dilaksanakan secara awal. Persamaan yang dimiliki oleh kedua transaksi ini

---

<sup>52</sup> Runto Hadiana dan Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam", Al-Mustashfa, 3, 2, 2015. Hlm. 47

ialah dalam bentuk ketiadaan barang semata, bukan menurut sistem pembayaran yang digunakan. Hal tersebut dikarenakan kedua transaksi ini mempunyai perbedaan dalam segi sistem pembayaran yang dilakukannya. Seperti halnya serah terima dilakukan oleh kedua pihak yang melakukan transaksi pada saat pembayaran menggunakan transaksi *salam*, sedangkan pada transaksi *e-commerce* timbul melalui adanya perantara wakil yang berupa pihak bank bertindak sebagai penyedia jasa inkaso atau transfer uang.<sup>53</sup>

Konsumen mempunyai hak yang mampu dimanfaatkan melindungi dari transaksi-transaksi yang dinilai merugikan terkait kepentingan konsumen. Adapun hak yang dipunyai konsumen dapat berupa:

- 1) Hak untuk memahami informasi terkait barang atau jasa  
Informasi secara rinci dan jelas dari barang yang ditawarkan oleh pihak-pihak produsen sangat diperlukan. Hal tersebut dikarenakan marak terjadi di kalangan perusahaan yang memberikan informasi gambaran suatu barang dengan cara yang menyesatkan. Kejadian tersebut dapat dikenal menggunakan sebutan *al-ghurur*, yang artinya bahwa menggiring pemikiran dari pendapat seseorang dengan memanfaatkan cara yang tidak baik untuk menanggapi hal yang dinilai tidak memberikan keuntungan yang diikuti oleh bujukan bahwa hal tersebut bermanfaat. Islam tidak memperbolehkan adanya perilaku *ghurur* atau biasa disebut dengan transaksi yang menggunakan modus penipuan.

---

<sup>53</sup> Ahmad Syaichoni, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bay’ Al-Salam dan E-Commerce*,” *Ahkam*, 3, 2, 2015. Hlm. 225

2) Hak konsumen dalam menunjuk secara bebas

Kebebasan menunjuk yang dimiliki oleh konsumen mempunyai arti bahwa orang yang sedang melaksanakan suatu perjanjian usaha agar menunjuk terkait dua hal yang disukainya, dapat berupa tetap meneruskan perjanjiannya atau membatalkan perjanjian tersebut. Diperlukan prinsip memilih serta saling menerima dalam terjadinya transaksi jual beli.

3) Hak Konsumen dalam penyelesaian sengketa

Perselisihan yang terjadi dapat dilakukan dengan 3 (tiga) cara bentuk penyelesaiannya, yaitu:

a) Perdamaian (*Sulhu*)

Sengketa yang diselesaikan dengan cara jenis akad yang digunakan dalam mengakhiri sengketa melibatkan kedua belah pihak yang berselisih sesuai dengan ketentuan hukum *syara'* dalam istilah fiqih.

b) Arbitrase (*Takhim*)

Penyelesaian yang dilakukan dengan cara menunjuk hakim atau lembaga hakim dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi pada dua orang atau lebih kemudian para pihak wajib mematuhi penyelesaian yang telah dilakukan hakim atau para hakim yang sudah mereka pilih.

c) Proses Pradilan (*Al-qadha*)

Menurut pengertian dari sudut pandang secara harfiah yang memiliki arti bahwa adil dan mengikat, melalui lembaga peradilan serta orang berwenangan dalam menyelesaikan perkara biasa disebut *qadhi*.

Berkaitan mengenai hak yang dimiliki oleh konsumen yang berhubungan dengan hak *khiyar*, di dalam Islam diberikan ruang untuk konsumen yang bertujuan agar dapat menegakkan haknya. Menurut Pasal 20 Ayat 8 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang di dalamnya berisi mengenai *khiyar*, berbunyi “hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan.”

Macam-macam *khiyar* terbagi menjadi beberapa bagian, diantaranya:

- 1) *Khiyar Majlis*, yaitu hak pilih yang dimiliki oleh kedua belah pihak terdiri atas penjual dan pembeli dengan tujuan agar melanjutkan atau membatalkan akad selama kedua belah pihak tetap berada dalam majelis akad dan belum berpisah badan.<sup>54</sup>
- 2) *Khiyar Syarat*, merupakan salah satu maupun kedua belah mempunyai hak untuk memberikan persyaratan *khiyar* dalam tempo tertentu. Penjualan yang dilakukan dengan memberikan syarat sesuatu, baik yang dilakukan oleh penjual ataupun pembeli.<sup>55</sup>
- 3) *Khiyar aib*, ialah hak yang dimiliki oleh pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli jika terjadi adanya cacat pada objek yang akan diperjualbelikan. Barang cacat tidak diketahui oleh pemiliknya saat akad erlangsung.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Enang Hidayat, *Op., Cit.* Hlm. 33

<sup>55</sup> Mardani, “*Fiqh Ekonomi Syariah*,” Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013. Hlm.

<sup>56</sup> Enang Hidayat, *Op., Cit.* Hlm. 38

- 4) *Khiyar ta'yun*, ialah hak yang dipunya bagi pembeli untuk bebas memilih dan menentukan salah satu barang yang dijadikan obyek jual beli oleh penjual dari beberapa barang, lalu barang yang sudah dipilih dijadikan sebagai obyek akad.<sup>57</sup>
- 5) *Khiyar ru'yah*, hak *khiyar* yang dipunyai oleh pembeli dengan tujuan agar melanjutkan akad jual beli atau bahkan membatalkannya terkait barang yang belum pernah dilihat secara langsung saat terjadinya akad.<sup>58</sup>

Adanya khiyar diharapkan mampu meminimalkan kerugian yang dialami, baik kerugian yang dialami oleh pihak penjual maupun pihak pembeli. Khiyar memberikan beberapa manfaat, seperti halnya untuk menghindari terjadinya penipuan pada saat proses transaksi jual beli yang sedang berlangsung, kedua belah pihak dapat merasakan kenyamanan pada saat bertransaksi jual beli, terjaminnya kejujuran serta keterbukaan yang berkaitan dengan jual beli, dan lain sebagainya.

---

<sup>57</sup> Yusuf As-Sabatin, “*Bisnis Islami dan Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*,” Al Azhar Press, Bogor, 2014. Hlm. 316

<sup>58</sup> Enang Hidayat, *Op., Cit.* Hlm. 41

### BAB III

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### A. Perlindungan Hukum bagi Konsumen Jika dalam Bertransaksi melalui *Marketplace* Shopee Memperoleh Produk *Skincare* Palsu

Perlindungan hukum ialah perlindungan yang ada pada subyek hukum baik dalam bentuk perangkat hukum dengan sifat preventif atau represif. Sebagaimana perlindungan konsumen itu diatur dalam Pasal 1 Angka 1 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan hukum kepada konsumen.”

Di kalangan masyarakat telah banyak beredar produk *skincare* yang mengandung bahan-bahan berbahaya serta tidak adanya izin edar. Peredaran produk *skincare* di masyarakat harus memenuhi kriteria serta syarat-syarat baik dari segi keamanan, hingga manfaatnya. Hal tersebut telah diatur dalam Pasal 2 Keputusan Badan POM RI Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika. Oleh karena itu, perlunya pengawasan dan perlindungan hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha, dalam hal ini konsumen sebagai pengguna produk *skincare* yang bersifat *illegal*, serta pelaku usaha yang berupa produsen, agen, *sales*, serta pengecer yang berhubungan dengan produk *skincare*.

Konsumen sebagai pengguna Shopee adalah subyek hukum serta mempunyai hak untuk dapat dilindungi terkait persoalan yang muncul akibat pembelian *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee. Perlindungan konsumen yang diberikan kepada pengguna Shopee diharapkan dapat melindungi dari perbuatan-perbuatan yang tidak dapat merugikan. Ditemukan beberapa kasus mengenai pembelian produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee sebagaimana berikut:



Gambar 1. Keluhan pembeli pada kolom penilaian barang

Contoh kasus pembelian produk *skincare* palsu melalui Shopee dialami oleh pemilik akun Shopee berinisial A yang membeli sebuah produk *skincare* berupa toner pada toko B, namun produk yang didapatkan adalah palsu. Ciri-ciri produk tersebut palsu ialah kemasan yang didapatkan dengan kualitas rendah yang mengakibatkan tutup botol mudah lepas, serta adanya perbedaan antara kemasan produk toner asli dengan toner palsu. Keluhan tersebut disampaikan pembeli pada kolom penilaian produk di toko B serta memberikan



bintang 1 (satu). Keluhan tersebut dismapaian pembeli pada tanggal 5 Agustus 2021 pukul 15.02 WIB.



Gambar 2. Komplain pembeli ke penjual melalui chat di Shopee

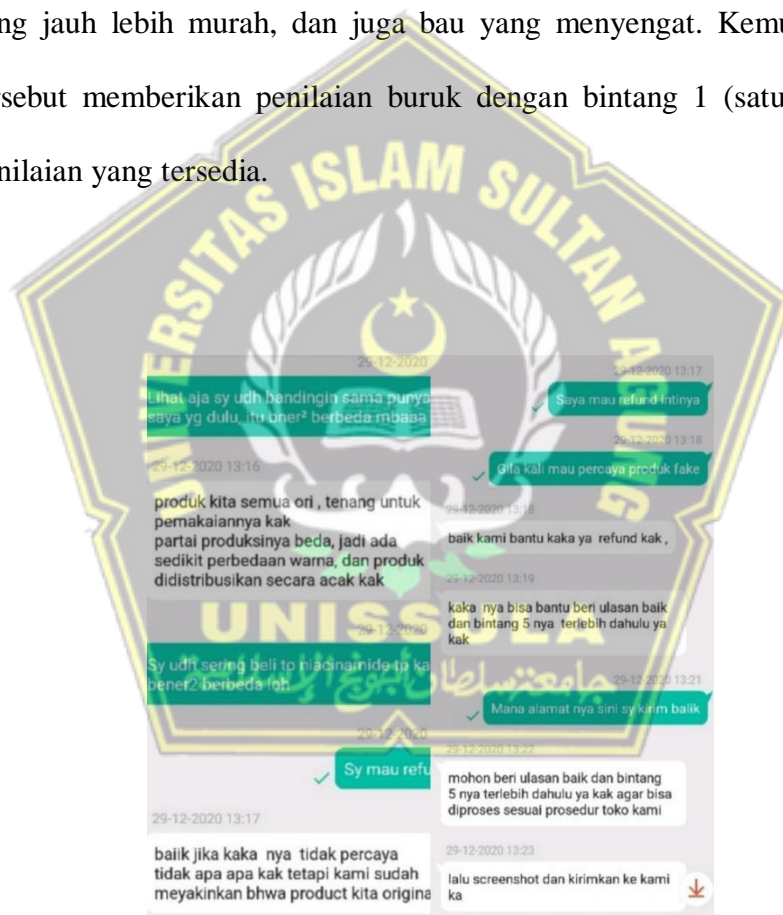
Pembeli juga melakukan komplain kepada penjual tersebut melewati fitur chat yang telah disuguhkan pihak Shopee. Penjual hanya ingin melakukan *re-fund* apabila pembeli tersebut mengedit penilaian di produk itu dan memberikan bintang 5 (lima). Namun, pembeli menolak melakukan hal tersebut sehingga pengajuan *re-fund* tidak diproses oleh penjual.



29-12-2020 12:34 | Variasi: Niacinamide10%+Zinc

Gambar 3. Keluhan pembeli pada kolom penilaian barang

Kasus berikutnya dialami oleh pembeli berinisial H yang membeli sebuah produk *skincare* melalui Shopee berupa serum pada toko berinisial B. Namun, produk yang diterima oleh pembeli adalah produk palsu. Produk tersebut memiliki kemasan yang berbeda dengan kemasan produk aslinya. Ciri-ciri dari produk palsu ialah memiliki kualitas kemasan yang rendah. Serta produk tersebut berbeda dari produk aslinya baik dalam segi tekstur, harga yang jauh lebih murah, dan juga bau yang menyengat. Kemudian pembeli tersebut memberikan penilaian buruk dengan bintang 1 (satu) pada kolom penilaian yang tersedia.

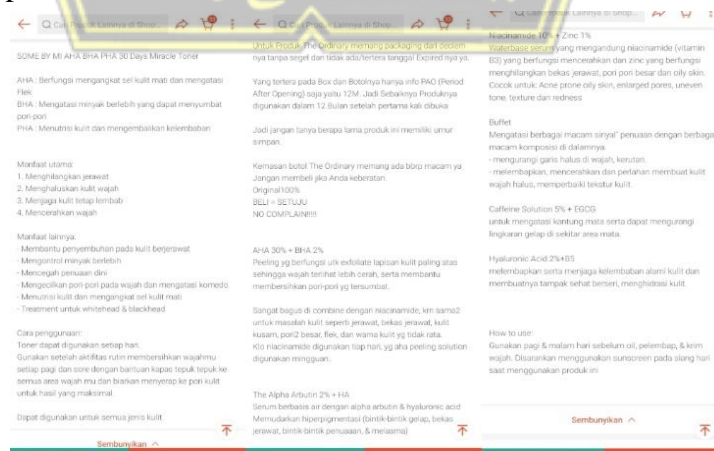


Gambar 4. Komplain pembeli kepada penjual melalui chat di Shopee



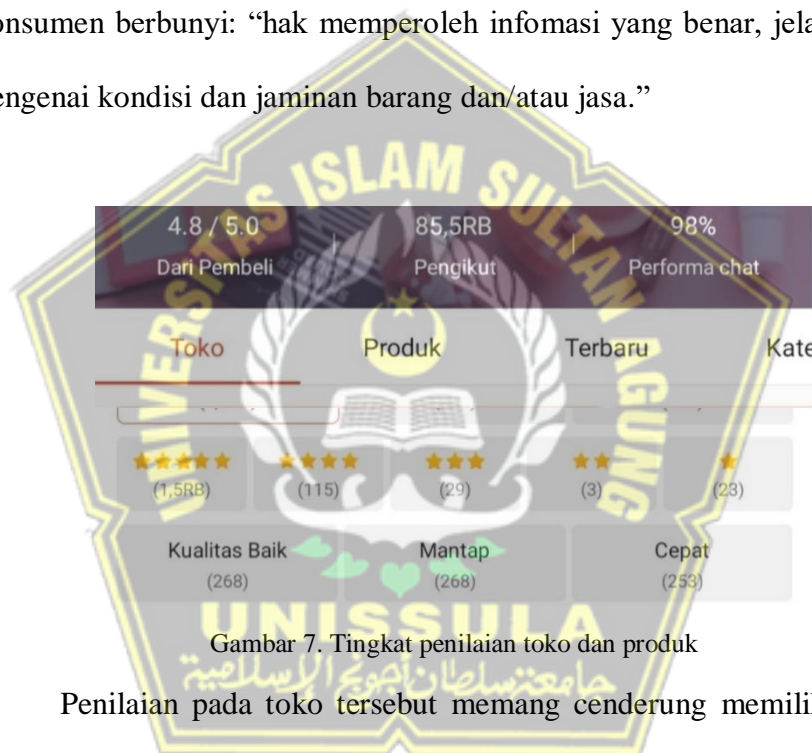
Gambar 5. Komplain pembeli kepada penjual melalui chat di Shopee

Tidak hanya melakukan komplain di kolom penilaian barang saja, namun pembeli juga mengajukan komplain melalui fitur chat kepada penjualnya. Pembeli berupaya agar penjual dapat melakukan *re-fund*, namun penjual hanya ingin melakukan *re-fund* apabila pembeli bersedia mengganti penilaian buruk menjadi penilaian dengan pendapat baik serta memberikan bintang 5 (lima). Pembeli tidak ingin melakukan hal tersebut, sehingga pengajuan *re-fund* dipersulit.



Gambar 6. Deskripsi produk pada laman toko di Shopee

Meskipun pada laman kedua produk tersebut sudah tertera deskripsi produknya serta penjual menjamin keaslian produk, sehingga pada saat pembeli akan membeli produk tersebut tentunya berharap agar memperoleh informasi yang sesuai. Namun, ternyata produk yang dijual berbeda dengan deskripsi yang ditulis oleh penjual pada saat produk tiba di tangan pembeli. Pasal 4 huruf C Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berbunyi: “hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.”



Gambar 7. Tingkat penilaian toko dan produk

Penilaian pada toko tersebut memang cenderung memiliki penilaian baik sekitar 4,8 dari 5, mempunyai jumlah pengikut yang banyak, serta memiliki performa *chat* 98% yang artinya hamper mendekati nilai sempurna. Pada penilaian toko rata-rata pembeli memberikan bintang 5 (lima). Namun, hal tersebut tidak menjamin bahwa toko tersebut menjual produk *skincare* asli. Kemajuan teknologi mampu membuat penjual melakukan hal-hal untuk melancarkan aksinya, seperti membeli jumlah *followers* atau pengikut agar pembeli tertarik dengan toko tersebut.

Dari kedua contoh kasus tersebut dapat dilihat bahwa pembeli tidak mendapatkan perlindungan konsumen. Pembeli tidak mendapatkan ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai, konsumen diperlakukan secara tidak jujur, konsumen tidak mendapatkan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen, pendapat serta keluhan atas barang yang disampaikan oleh konsumen tidak didengar, informasi yang diperoleh konsumen tidak sesuai dengan kondisi barang, konsumen memilih barang serta memperoleh barang yang tidak sesuai, dan tidak memperoleh kenyamanan serta keselamatan saat mengkonsumsi barang tersebut.

Jika dilihat dari percakapan melewati fitur *chat* yang disuguhkan oleh pihak Shopee. Penjual hanya mau *merefund* dana apabila pembeli yang merasa produk tersebut palsu dengan memberikan penilaian bintang 5 (lima). Sehingga penilaian pada toko dan produk-produk yang dijual tersebut mempunyai penilaian yang baik dikarenakan para pembeli ingin uangnya dikembalikan karena produk yang didapatkan adalah palsu. Namun, ada juga setelah pembeli memberikan penilaian baik tetapi uangnya tidak dikembalikan, sehingga penjual lari dari tanggungjawabnya. Konsumen berhak memperoleh penyelesaian sengketa dari penjual tersebut sesuai dengan hak konsumen yang berbunyi: “Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.”

Apabila produk tersebut setelah digunakan malah menimbulkan masalah-masalah di kulit yang menyebabkan kerusakan pada wajah, tentunya tidak sesuai dengan hak konsumen yang berupa hak atas kenyamanan,

keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pembeli juga tidak mengubah kualitas pelayanan serta produk-produk yang dijual. Padahal konsumen mempunyai hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Jika dilihat dari kasus tersebut, perlindungan konsumen yang diberikan tidak memiliki manfaat dalam penyelenggaraan proses jual beli tersebut. Manfaat yang dimaksud dalam hal ini adalah tidak diperbolehkannya hanya salah satu pihak yang dapat merasakan manfaat atau kerugian baik dari konsumen atau dari pelaku usaha. Konsumen memperoleh kerugian serta tidak memperoleh manfaat dari pembelian produk *skincare* palsu. Dari segi asas keadilan, para konsumen serta pelaku usaha tidak dapat memenuhi hak serta kewajiban dengan baik.

Terjadi ketidakseimbangan antara kepentingan konsumen dengan pelaku usaha yang seharusnya sesuai dengan asas keseimbangan yang meliputi keseimbangan antara berbagai pihak dalam melakukan kepentingan. Konsumen juga tidak mendapatkan asas keamanan dan keselamatan konsumen, dalam hal ini seharusnya pelaku usaha memberikan jaminan atas keamanan serta keselamatan bagi konsumen dalam pemakaian barang. Asas kepastian hukum yang seharusnya dipatuhi namun dalam kenyataannya pihak pelaku usaha melanggar hal tersebut dengan tidak menyelesaikan persoalan dengan baik.

Kasus tersebut bertentangan dengan asas-asas perlindungan konsumen yang telah disebutkan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdiri atas: “asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum.” Asas tersebut dijadikan sebagai landasan bagi konsumen atau pengguna Shopee untuk melakukan penolakan terhadap pelayanan yang dinilai kurang baik oleh pihak Shopee. Para pengguna Shopee mempunyai hak mendapatkan perlindungan dari pelaku usaha yang melakukan kecurangan, sehingga dapat menyebabkan ketidaknyamanan yang dirasakan oleh pihak konsumen.

Perlindungan hukum diberikan kepada konsumen yang membeli produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee telah dilakukan berbagai upaya untuk memberikan perlindungan konsumen. Seperti halnya perlu adanya peningkatan pengawasan yang dilakukan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam melaksanakan pengawasan terhadap tersebarnya produk *skincare* palsu di masyarakat agar meminimalisir terjadinya hal tersebut. Sehingga para konsumen mendapatkan perlindungan secara hukum.

Upaya-upaya untuk memberikan perlindungan konsumen juga termasuk dalam pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional sangat diperlukan dalam menangani pengaduan yang dilaporkan oleh konsumen. Tugas-tugas dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) tentunya sebagai bentuk upaya yang dilakukan pemerintah dalam memberikan perlindungan

yang secara hukum untuk menjamin kualitas produk *skincare* yang beredar serta terjamin mutunya.

Apabila terjadi hal yang dirasa merugikan bagi pihak konsumen, maka konsumen dapat meindaklanjuti hal tersebut melalui Badan Perlindungan Konsumen (BPSK) berfungsi memberikan saran serta pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di indonesia. Konsumen dapat menindaklanjuti terkait kerugian yang dialami oleh pihak konsumen dengan menggunakan cara memahami terlebih dahulu terkait prosedur yang telah ditentukan oleh pihak pemerintah.

Adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan menciptakan kepastian hukum kepada pihak konsumen. Kerugian yang dialami oleh konsumen terkait kasus pembelian *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee telah diberikan perlindungan konsumen, namun tidak semua perlindungan tersebut dilaksanakan dengan baik. Meskipun demikian, konsumen dapat menjadikan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai pedoman. Terkait apabila terjadi pelanggaran hak atau kewajiban yang ditimbulkan oleh konsumen maupun pelaku usaha tentunya dapat dipastikan terlebih dahulu tentang hak atau kewajiban mana yang telah dilanggarnya.

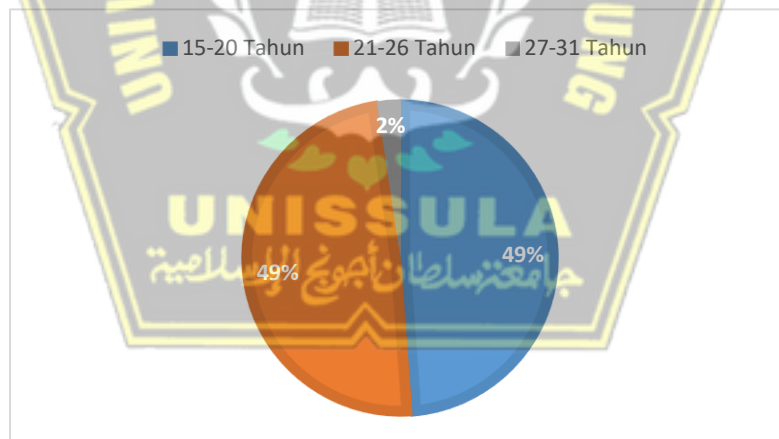
Tanggungjawab perlindungan konsumen tentunya tidak hanya ditanggung oleh pemerintah saja, namun juga menjadi tanggungjawab pihak pengusaha, organisasi konsumen, serta konsumen yang terkait. Untuk



mewujudkan perlindungan konsumen yang baik serta sejahtera tentu perlu adanya peran antar satu sama lain.

Pada tanggal 24 September 2021 sampai dengan tanggal 3 Oktober 2021 telah dilakukan survei secara *online* melalui Google Form dengan link: [https://docs.google.com/forms/d/1JxjJePzXMOLGSSrjWiM6mLLNvzI-Zxs0mlmKias2wI/edit?usp=forms\\_home&ths=true](https://docs.google.com/forms/d/1JxjJePzXMOLGSSrjWiM6mLLNvzI-Zxs0mlmKias2wI/edit?usp=forms_home&ths=true). Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi keperluan skripsi dengan menggunakan data pendukung terkait perlindungan konsumen terhadap pembelian *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee. Hasil kuesioner yang telah didapatkan terdiri atas 43 orang sebagai responden yang berisi sebagai berikut:

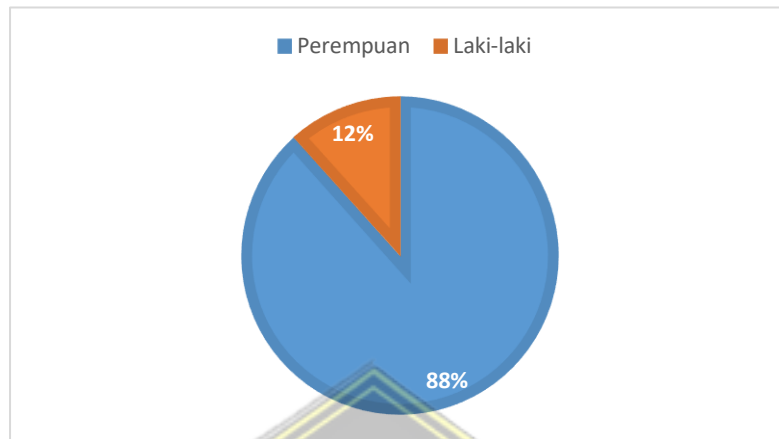
### 1. Usia responden pengguna Shopee



Grafik 1. Usia pengguna Shopee

Usia responden yang menggunakan Shopee paling banyak terdiri dari usia sekitar 15-20 tahun dan 21-26 tahun dengan hasil perolehanimbang sekitar 49%, sedangkan 2% responden yang berusia sekitar 27-31 tahun.

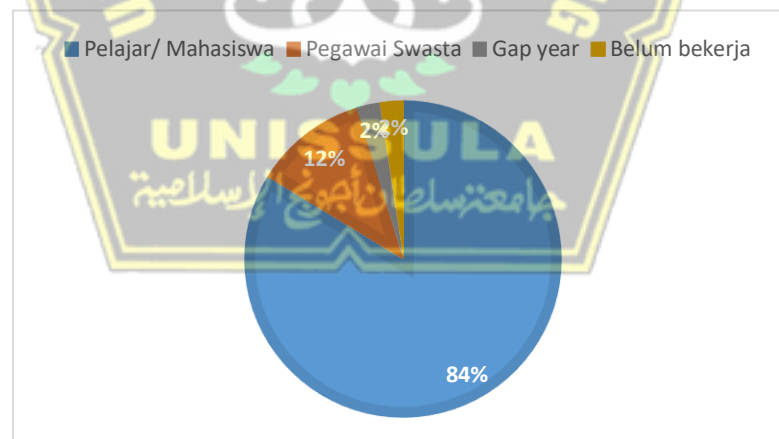
## 2. Jenis kelamin responden yang menggunakan Shopee



Grafik 2. Jenis kelamin pengguna Shopee

Pengguna Shopee paling banyak adalah perempuan dengan hasil perolehan sebanyak 88% responden, sedangkan hanya 12% pengguna Shopee yang terdiri dari laki-laki.

## 3. Pekerjaan responden pengguna Shopee

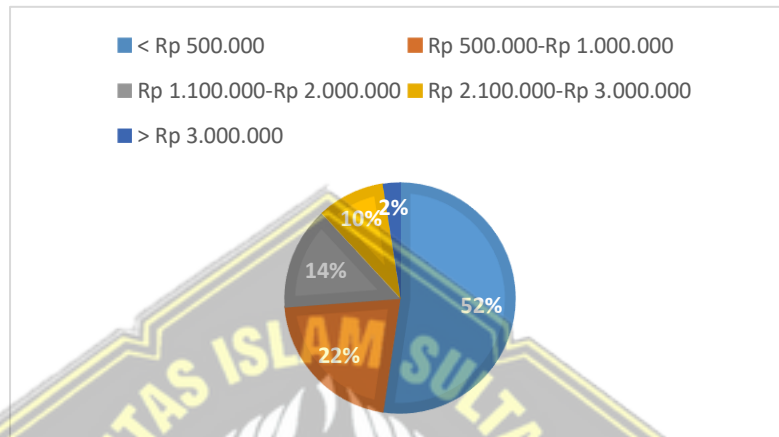


Grafik 3. Pekerjaan pengguna Shopee

Hasil perolehan tersebut terlihat bahwa sebanyak 84% penggunaan Shopee adalah seorang pelajar atau mahasiswa, 12% pengguna Shopee adalah seorang pegawai swasta, selanjutnya 2% responden yang belum

bekerja, serta 2% pengguna Shopee adalah gap year atau sedang menunggu untuk mengikuti perkuliahan di tahun berikutnya.

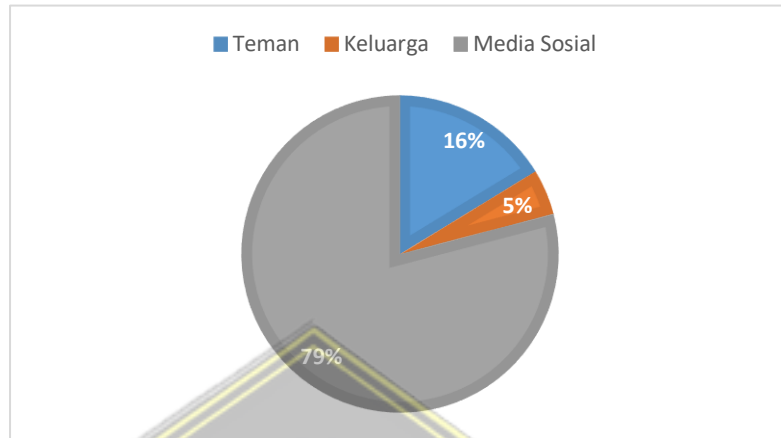
#### 4. Pendapatan atau uang saku per bulan yang diperoleh oleh para responden



Grafik 4. Pendapatan atau uang saku per bulan

Responden sebanyak 52% dengan perolehan kurang dari Rp 500.000 dalam memperoleh pendapatan atau uang saku per bulannya. Selanjutnya 22% responden yang memiliki pendapatan atau uang saku per bulannya sekitar Rp 500.000-Rp 1.000.000. Kemudian 14% responden memperoleh pendapatan atau uang saku per bulannya berkisar antara Rp 1.100.000 hingga Rp 2.000.000. Sebanyak Rp 2.100.000 hingga Rp 3.000.000 pendapatan atau uang saku yang di peroleh 10% responden. Terakhir, 2% responden memiliki pendapatan atau uang saku per bulannya adalah lebih dari Rp 3.000.000.

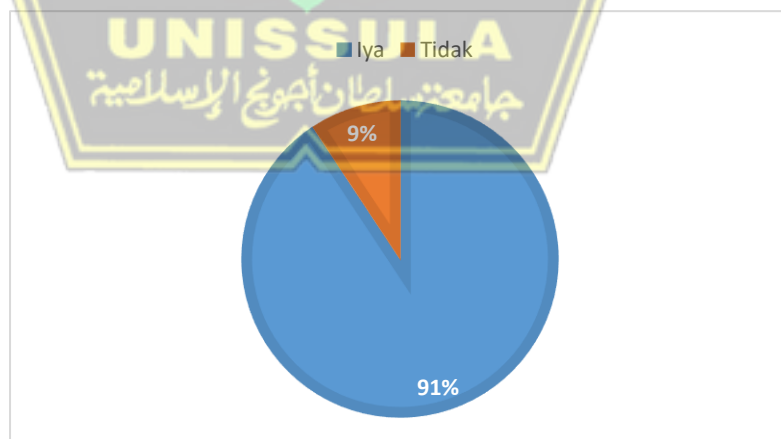
**5. Cara yang diperoleh responden terkait sumber informasi tentang Shopee**



Grafik 5. Sumber informasi tentang Shopee

Responden memperoleh informasi terkait Shopee paling banyak dari media soasial dengan hasil perolehan 79%, sedangkan 16% memperoleh informasi Shopee melalui teman, dan 5% memperoleh informasi mengenai Shopee melalui keluarga.

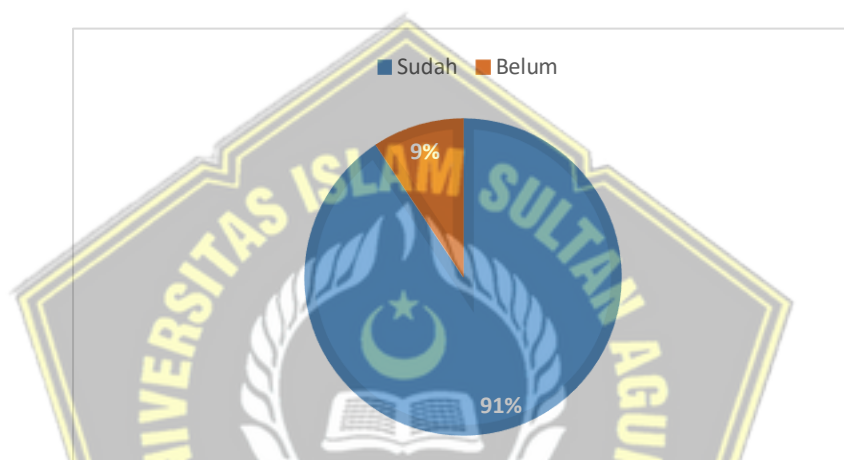
**6. Terkait reponden merupakan pengguna Shopee tetap atau tidak**



Grafik 6. Pelanggan tetap atau tidak di Shopee

91% responden menjawab bahwa mereka merupakan pelanggan tetap di Shopee, selebihnya hanya 9% bukan merupakan pelanggan tetap Shopee.

#### **7. Responden merasa sudah atau belum mendapatkan perlindungan konsumen oleh Shopee**

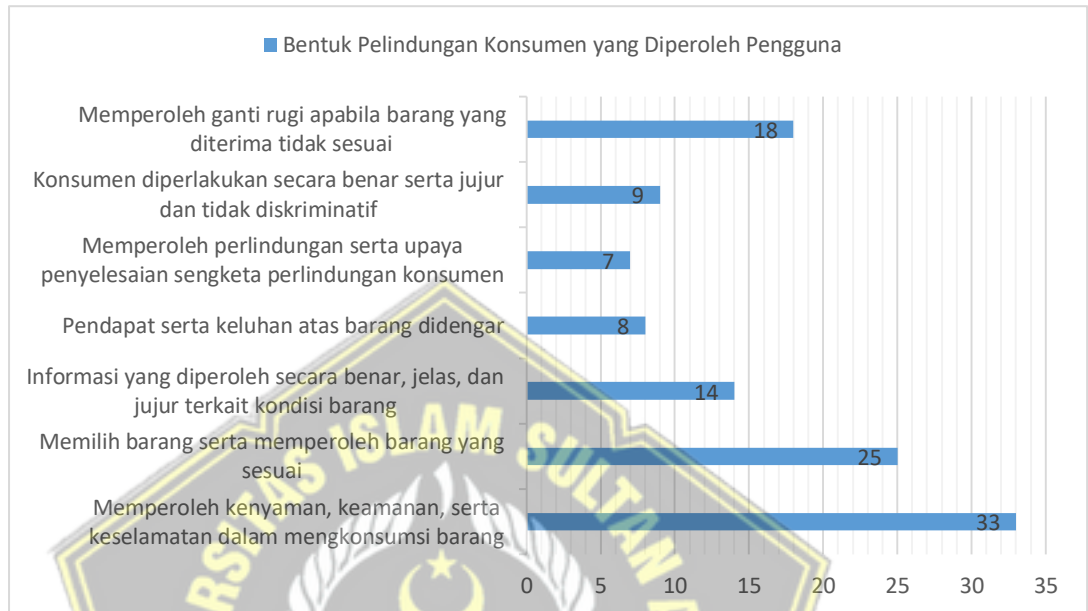


Grafik 7. Sudah atau belum mendapatkan perlindungan konsumen dari Shopee

Terdiri atas 91% responden menjawab bahwa mereka telah mendapatkan perlindungan konsumen yang diberikan oleh Shopee, selebihnya hanya 9% responden menjawab belum mendapatkan perlindungan konsumen dari pihak Shopee.

## 8. Bentuk perlindungan konsumen yang diperoleh responden dari pihak

### Shopee



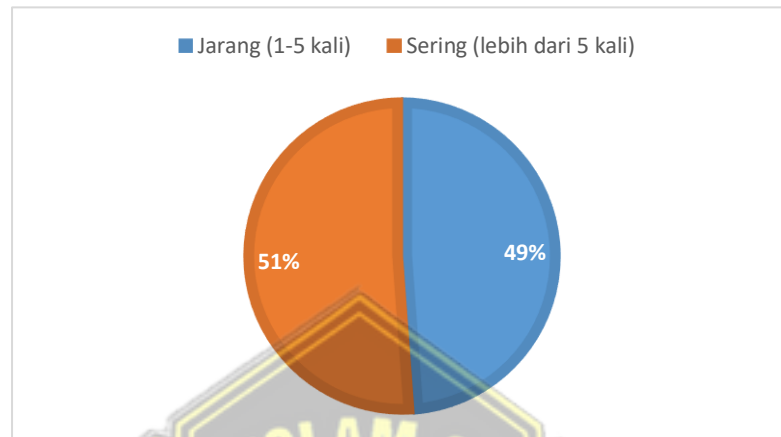
Grafik 8. Perlindungan konsumen Shopee yang didapatkan

Bentuk perolehan perlindungan konsumen yang didapatkan oleh responden sebagai pengguna Shopee paling banyak memperoleh kenyamanan, keamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang dengan hasil 33 perolehan. Selanjutnya, sebanyak 25 para responden mendapatkan perlindungan konsumen berupa memilih barang serta memperoleh barang yang sesuai. Kemudian sebanyak 18 bentuk perlindungan konsumen yang didapatkan oleh reponsen berupa memperoleh perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen. 14 hasil perolehan menunjukkan perlindungan konsumen yang didapatkan oleh konsumen berupa informasi yang diperoleh secara benar, jelas, dan jujur terkait kondisi barang. Perlindungan konsumen berupa konsumen diperlakukan secara

benar serta jujur dan tidak diskriminatif mendapat perolehan 9. Kemudian hasil perolahan 8 memilih perlindungan konsumen berupa pendapat serta keluhan atas barang didengar. Terakhir, 7 yang memilih perlindungan konsumen berupa memperoleh perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.

Pada bentuk perlindungan konsumen berupa memperoleh ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai tersebut, pelaku usaha sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atau kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/jasa dihasilkan atau diperdagangkan.” Bentuk ganti kerugian yang diperoleh berupa pengembalian uang atau barang dalam waktu 7 (tujuh) hari sesuai ketentuan yang berlaku. Shopee menyediakan fitur *refund*, *reshipment*, serta *return*, sehingga konsumen yang merasa bahwa produk yang dibelinya tidak sesuai dengan deskripsi dapat mengklaim fitur tersebut asalkan dalam masih dalam jangka 7 (tujuh) hari sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku.

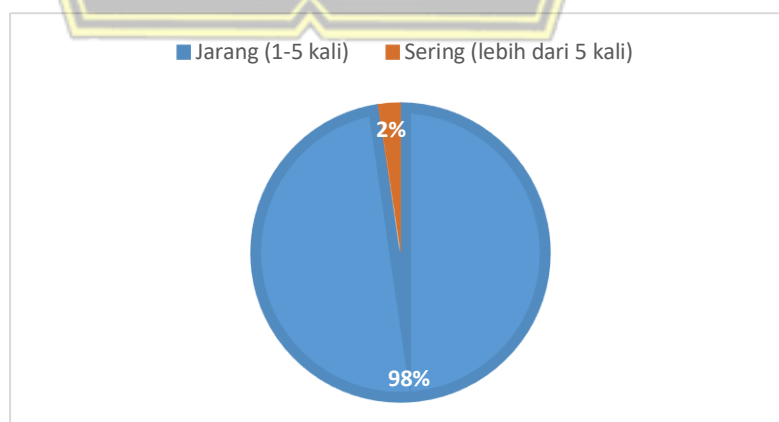
**9. Pembelian produk *skincare* yang dilakukan oleh responden melalui *marketplace* Shopee per tahun**



Grafik 9. Konsumen membeli produk *skincare* melalui Shopee per tahunnya

Hasil perolehan tersebut diketahui bahwa responden yang sering membeli produk *skincare* melalui *marketplace* Shopee dalam waktu setahun memperoleh hasil 51%, sedangkan 49% responden menjawab jarang membeli produk *skincare* melalui *marketplace* Shopee.

**10. Responden memperoleh produk *skincare* palsu dalam jangka per tahun melalui pembelian di *marketplace* Shopee**



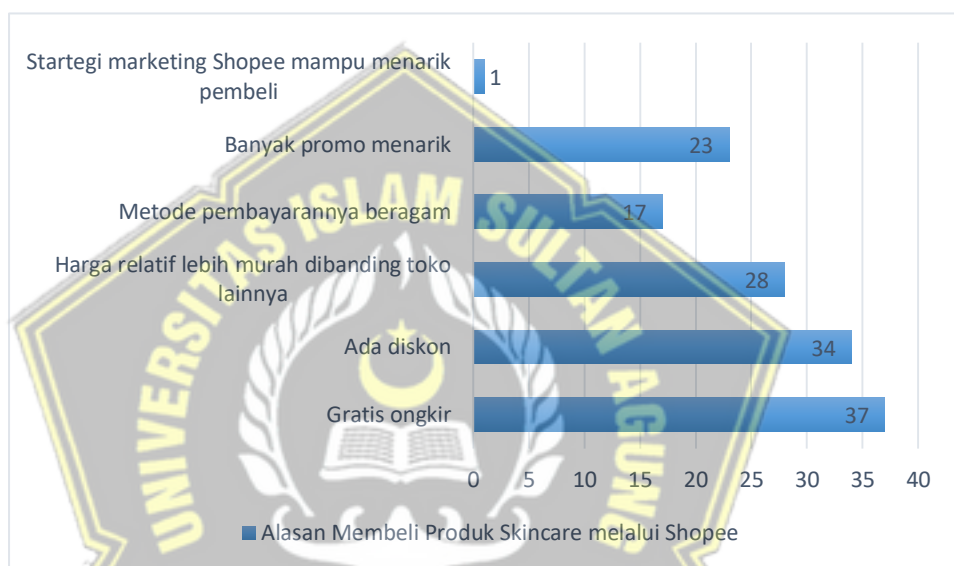
Grafik 10. Perolehan *skincare* palsu melalui Shopee per tahunnya



Hasil perolehan dapat dilihat bahwa 98% responden memperoleh produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee dalam waktu per tahunnya, sedangkan hanya 2% responden yang mendapatkan produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee per tahunnya.

#### 11. Alasan responden membeli produk *skincare* melalui *marketplace*

##### Shopee



Grafik 11. Alasan membeli produk *skincare* melalui Shopee

Alasan responden membeli produk *skincare* melalui *marketplace* Shopee paling banyak yaitu karena gratis ongkir dengan hasil 37. Selanjutnya, responden memilih alasan dikarenakan adanya diskon dengan jumlah pemilih 34. Harga relatif lebih murah dibanding toko lainnya mendapatkan jumlah responden 28. 23 respon memilih alasan banyak promo yang menarik. Terdapat 17 responden memilih alasan dengan adanya metode pembayaran yang beragam, serta terdapat 1 responden memiliki alasan dengan adanya strategi marketing Shopee yang menarik.

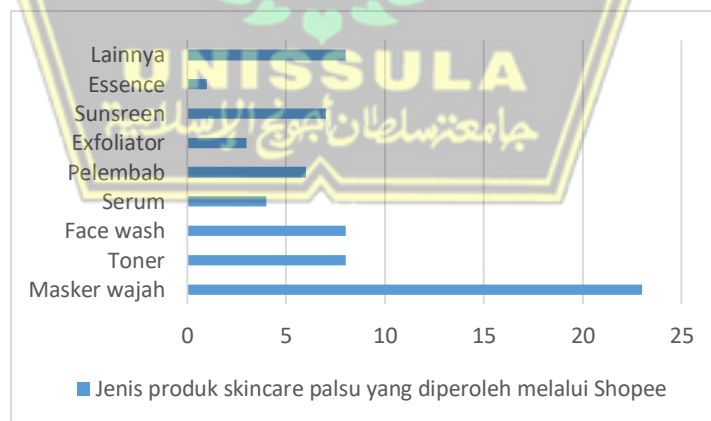
**12. Responden pernah atau tidaknya memperoleh produk *skincare* yang tidak sesuai dengan spesifikasi**



Grafik 12. Pernah atau tidak konsumen memperoleh produk *skincare* yang tidak sesuai dengan spesifikasi

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa 100% responden pernah memperoleh produk *skincare* yang tidak sesuai dengan spesifikasi.

**13. Jenis-jenis produk *skincare* palsu yang diperoleh responden melalui marketplace Shopee**



Grafik 13. Jenis-jenis produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui Shopee

Hasil perolehan menunjukkan bahwa produk *skincare* palsu yang didapatkan oleh responden melalui marketplace Shopee paling banyak adalah masker wajah dengan hasil 23. Selanjutnya perolehan imbang

terdapat pada toner, *face wash*, serta produk lainnya dengan hasil 8. *Sunscreen* memperoleh 7 sebagai produk *skincare* palsu yang dibeli oleh para responden. Kemudian pelembab mendapatkan hasil 8. Lalu, serum memperoleh hasil 4 serta *exfoliator* mendapatkan hasil 3. Terakhir produk *skincare* palsu yang berupa *essence* memperoleh hasil 1.

Dari hasil kuesioner tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 100% responden atau 43 responden dalam hal ini selaku pengguna Shopee yang mendapatkan produk *skincare* palsu melalui Shopee. 70% responden dalam menyelesaikan persoalan tersebut adalah dengan melakukan komplain kepada pelaku usaha di toko itu dengan cara mengajukan klaim, sedangkan 30% responden memilih untuk tidak mengambil tindakan atau tidak mengajukan klaim pada saat memperoleh produk *skincare* palsu melalui Shopee. Bentuk penyelesaian responden saat memilih mengajukan klaim adalah dengan memilih *refund* yang terdiri atas 70% responden. Sedangkan 27% responden memilih *return*, dan hanya 3% responden yang memilih *reshipment*.

Hampir pengguna Shopee telah merasa mendapatkan perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen yang didapatkan oleh responden adalah sebanyak 33 perolehan suara memilih perlindungan konsumen yang diberikan oleh Shopee berupa memperoleh kenyamanan, keamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang. Sedangkan hanya 7 suara yang memilih perlindungan konsumen berupa memperoleh perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen. Kelebihan-kelebihan yang dimiliki Shopee mampu menarik daya minta pembeli, namun kurang

selektifnya dalam memberikan izin bagi pelaku usaha sehingga konsumen dapat mendapatkan produk *skincare* palsu.

Perlindungan konsumen yang diberikan oleh Shopee mampu membuat masyarakat merasa nyaman. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah pengguna Shopee. Namun, memang diperlukan konsumen yang bijak dalam memilih serta membeli produk *skincare*. Perlunya melakukan antisipasi terlebih dahulu agar tidak terlibat dalam pembelian produk *skincare* palsu yang dibeli melalui *marketplace* Shopee.

**B. Pertanggungjawaban Shopee terhadap Kerugian yang dialami oleh Konsumen terkait Produk *Skincare* Palsu yang diperoleh melalui *Marketplace* Shopee**

Shopee ialah *e-commerce* sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam menggunakan perangkat elektronik dengan tujuan untuk memudahkan transaksi jual beli secara *online*. Shopee sebagai *marketplace* dengan menyediakan *website* untuk pelaku usaha membuka toko serta sebagai pihak ketiga atau perantara pelaku usaha dengan konsumen. Tentunya Shopee mempunyai berbagai tanggungjawab selaku sebagai penyedia *website* serta layanan tersebut.

Shopee dapat menghapus serta memblokir konten-konten yang dianggap terlarang. Hal tersebut dikarenakan pada saat melakukan transaksi yang menggunakan *website e-commerce* terkadang muncul sebuah iklan yang mengandung media yang sifatnya negatif, sehingga dengan adanya iklan yang

bersifat negatif tersebut dapat mengganggu para konsumen pada saat melaksanakan transaksi jual beli yang pada *marketplace* Shopee. Tanggungjawab dalam hal menyaring beberapa konten yang akan masuk serta memblokir konten-konten yang dianggap negatif merupakan salah satu bentuk tanggungjawab yang dimiliki oleh Shopee. Selain itu, para konsumen Shopee mempunyai hak untuk melapor kepada pihak Shopee jika terdapat konten-konten yang bersifat negatif tersebut dinilai mengganggu.

Proses seleksi terhadap para penjual yang akan membuka toko di *website* Shopee merupakan tanggungjawab dari pihak Shopee. Pada saat akan membuka toko di *website* Shopee, pihak Shopee memiliki ketentuan kepada calon penjual tersebut berupa melampirkan form pendaftaran dengan mengisi secara benar dan jelas, serta melampirkan bukti foto KTP sebagai identitas para calon penjual untuk memastikan kebenaran informasi tersebut, dan menghindari terjadinya penjual fiktif.

Shopee menyediakan sarana pelaporan sebagai bentuk tanggungjawab untuk menampung keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen yang nantinya keluhan tersebut ditindak lanjuti oleh pihak Shopee. Shopee memberikan fasilitas berupa aduan 24 jam melalui *customer care* dengan nomor 150072, selain itu juga dapat melalui email [cs@shopee.co.id](mailto:cs@shopee.co.id). Adanya fasilitas tersebut bertujuan agar para konsumen dapat menyampaikan aduan dengan menunjukkan bukti pendukung yang valid, nantinya laporan tersebut ditindak lanjuti oleh pihak Shopee.

Terkait barang cacat atau tidak sesuai, tanggungjawab yang dilakukan oleh pihak Shopee berupa penyediaan fitur “pusat revolusi” yang memiliki fungsi untuk sarana konsumen dalam hal melaksanakan tuntutan kepada penjual terkait barang berbeda dengan perjanjian sebagaimana sesuai dengan kesepakatan awal. Sehingga Shopee tidak langsung mengganti fisik barang secara langsung, namun dengan menyediakan fitur tersebut. Pihak Shopee bertugas sebagai fasilitator dengan mencari solusi, serta mengambil keputusan terkait wanprestasi. Penjual dan pembeli dapat melampirkan bukti transaksi seperti halnya nota pada saat pembelian, foto barang, slip resi pengiriman, serta dapat melampirkan bukti-bukti pendukung lainnya. Pihak Shopee berkedudukan sebagai penengah untuk mengatasi persoalan tersebut sesuai dengan tanggungjawab yang dimiliki oleh Shopee.

Transaksi jual beli menggunakan Shopee tentunya membutuhkan data-data terkait informasi yang sifatnya benar serta jelas mengenai konsumen, sehingga konsumen harus mengisi data diri tersebut secara valid. Sehingga Shopee mempunyai tanggungjawab untuk melindungi data-data pribadi konsumen. Hal tersebut berlaku juga pada pembayaran yang menggunakan kartu kredit yang diminta untuk menggunakan informasi data kartu kredit dengan benar, pihak Shopee bertanggungjawab dalam melindungi data-data tersebut dengan tujuan agar terhindar dari pencurian data yang dapat mengakibatkan peretasan akun. Fitur “3D Secure” merupakan fitur yang disediakan oleh pihak Shopee dalam melindungi konsumen saat melaksanakan pembayaran yang menggunakan kartu kredit. Kerjasama antara penyedia

kartu kredit dengan Shopee berfungsi untuk melindungi data kartu kredit konsumen.

Tersedia garansi yang diberikan oleh Shopee terhadap setiap pembelian oleh pembeli. Shopee memberikan garansi dengan masa berlaku 7 hari. Apabila terdapat keluhan pembeli terkait barang yang tidak sesuai, serta ingin meminta ganti rugi kepada penjual harus dilaksanakan dalam waktu tidak lebih dari 7 hari, karena jika melewati waktu yang ditentukan nantinya keluhan tersebut tidak dapat diproses.

Apabila barang tidak dikirim oleh pihak penjual sesuai dengan waktu yang ditentukan, maka secara otomatis sistem Shopee menahan pembayaran yang telah pembeli lakukan ke dalam rekening resmi pihak Shopee, selanjutnya dana tersebut akan dikembalikan ke ShopeePay milik pembeli, atau dapat dikembalikan ke rekening bank milik pembeli tersebut dalam waktu 24 jam. Pihak Shopee juga menindaklanjuti dengan memberikan tindakan kepada penjual yang dinilai mempunyai reputasi yang buruk, serta pihak Shopee memblokir terhadap akun-akun penjual yang berulang kali terbukti melakukan tindakan yang dapat merugikan pihak konsumen.

Terkait contoh kasus-kasus persoalan ganti kerugian tentang pembelian produk skincare melalui *marketplace* Shopee adalah sebagai berikut:



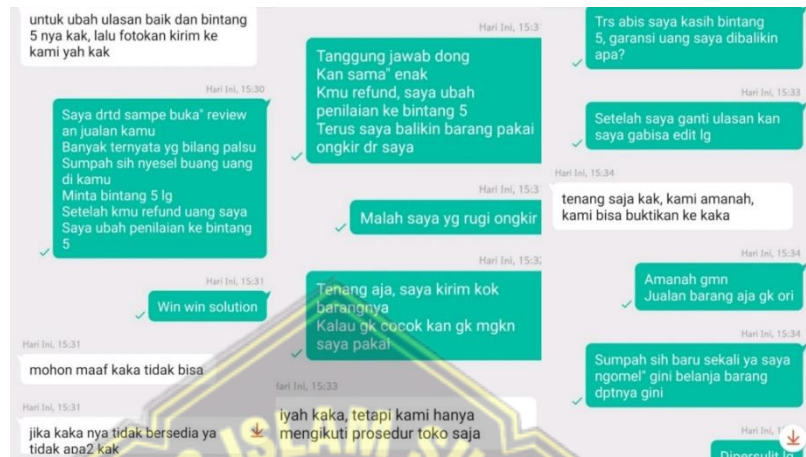
Gambar 8. Keluhan pembeli pada kolom penilaian barang

Contoh kasus pembelian produk skincare palsu melalui Shopee dialami oleh pemilik akun Shopee berinisial A yang membeli sebuah produk skincare berupa toner pada toko B, namun produk yang didapatkan adalah palsu.<sup>59</sup> Ciri-ciri produk palsu yang berupa memiliki kualitas kemasan yang rendah terdapat dalam produk tersebut, dimana ada kerusakan pada tutup botolnya, serta terdapat perbedaan antara produk palsu dengan produk aslinya. Keluhan tersebut disampaikan pembeli pada kolom penilaian produk di toko B serta

<sup>59</sup> <https://berkeluarga.id/2021/05/24/7-ciri-skincare-palsu-berbahaya-cewek-harus-tahu/> diakses pada 22 Oktober 2021, pukul 16.15 WIB.



memberikan bintang 1 (satu). Keluhan tersebut disampaikan pembeli pada tanggal 5 Agustus 2021 pukul 15.02 WIB.

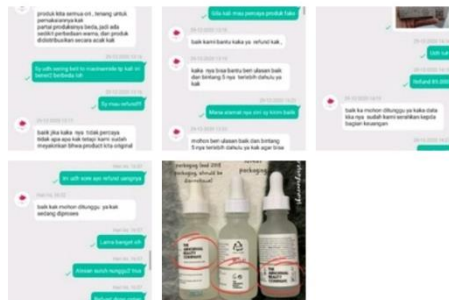


Gambar 9. Komplain pembeli ke penjual melalui chat di Shopee

Pembeli juga melakukan komplain kepada penjual tersebut melalui fitur chat disediakan Shopee. Penjual hanya ingin melakukan re-fund apabila pembeli tersebut mengedit penilaian di produk itu dan memberikan bintang 5 (lima). Namun, pembeli menolak melakukan hal tersebut sehingga pengajuan re-fund tidak diproses oleh penjual. Sehingga konsumen tidak mendapatkan ganti kerugian atas peristiwa tersebut.



HARAP HATI2 BUAT YG MW BLANJA DISNI, BARANG DIJUAL PALSU!!! DAN UANG REFUND SY TIDAK INGIN DIKEMBALIKAN TOLONG PIHAK SOPI SEGERA DI TTP TOKO INI SDH 1 MINGGU NUNGGU HASIL TOKONYA NO RESPON LANJUT JUALAN BARANG PALSUNYA MBA MAKAN TUH UANG HARAM!!SEKALI LAGI JANGAN BELI DISNI SAYA SUDAH LAMPIRKAN FOTO



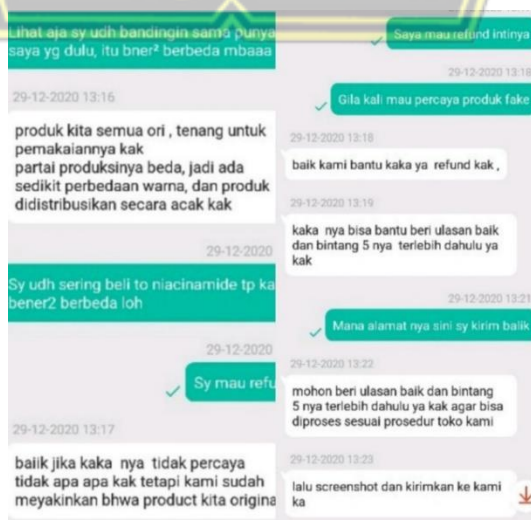
09.12.2020 12:34 | Variasi: Nianinamide10%+Zinc

Gambar 10. Keluhan pembeli pada kolom penilaian barang

Kasus berikutnya dialami oleh pembeli berinisial H yang membeli sebuah produk skincare melalui Shopee berupa serum pada toko berinisial B. Namun, produk yang diterima oleh pembeli adalah produk palsu. Kemasan dengan kualitas rendah, terdapat perbedaan kemasan produk dengan aslinya, tekstur dari produk berbeda dengan produk asli, serta timbul bau menyengat dalam produk tersebut. Kemudian pembeli tersebut memberikan penilaian buruk dengan bintang 1 (satu) pada kolom penilaian yang tersedia.



Gambar 12. Komplain pembeli kepada penjual melalui chat di Shopee



Gambar 11. Komplain pembeli kepada penjual melalui chat di Shopee

Tidak hanya melakukan komplain di kolom penilaian barang saja, namun pembeli juga mengajukan komplain melalui fitur chat kepada penjualnya. Pembeli berupaya agar penjual dapat melakukan re-fund, namun penjual hanya ingin melakukan *re-fund* apabila pembeli bersedia mengganti penilaian buruk menjadi penilaian dengan pendapat baik serta memberikan bintang 5 (lima). Pembeli tidak ingin melakukan hal tersebut, sehingga pengajuan *re-fund* dipersulit.

Dari kedua contoh kasus tersebut dapat dilihat bahwa pembeli tidak mendapatkan pertanggungjawaban berupa kerugian yang seharusnya pelaku usaha tersebut berikan. Hal tersebut tentunya bertentangan dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atau kerusakan pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/jasa dihasilkan atau diperdagangkan.”

Jika dilihat dari percakapan antara penjual dan pembeli dalam fitur chat disediakan Shopee, penjual hanya akan melakukan re-fund atau ganti kerugian barang apabila pembeli memberikan penilaian baik dengan memberikan bintang 5 (lima). Namun, setelah pembeli mengubah penilaian tersebut ganti kerugian tidak diberikan oleh penjual. Sehingga pembeli tidak memperoleh hak dalam mendapatkan ganti kerugian dari pihak penjual tersebut.

Apabila konsumen mendapatkan produk yang tidak sesuai, dapat memperoleh kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang

dan/atau jasa yang tidak diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berisi: “memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian” merupakan kewajiban pelaku usaha.<sup>60</sup>

Pihak Shopee tidak terlibat secara langsung dalam tanggungjawab terkait kerugian yang dialami konsumen mengenai pembelian produk *skincare* palsu. Namun, apabila terjadi persoalan tentang produk *skincare* palsu yang dibeli oleh konsumen melalui Shopee, maka pihak Shopee akan menindaklanjuti hal tersebut dengan cara memberikannya kepada pihak penjual produk *skincare* palsu, serta pihak Shopee menyediakan fasilitas berupa ganti kerugian.

Upaya Shopee dalam menjaga layanan agar senantiasa memberikan kenyamanan, keamanan, serta dapat berfungsi secara baik. Namun, Shopee tidak mampu menjamin proses akses layanan dapat berjalan secara sempurna. Sehingga Shopee mempunyai batasan-batasan terkait tanggungjawab yang berupa hak atas kekayaan intelektual yang dilanggar, terjadi perselisihan antar para pengguna, kecerobohan serta kehilangan yang diakibatkan oleh masing-masing pengguna, layanan Shopee tidak dapat digunakan oleh pengguna, harga, pengiriman, atau tata cara layanan Shopee, keterlibatan pencemaran

---

<sup>60</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7

dengan pihak lainnya, pembayaran secara ilegal dapat mengakibatkan kerugian, kelalaian penulisan rekening atau informasi lainnya, kerusakan perangkat keras dari penggunaan layanan Shopee, pengguna melakukan penyalahgunaan barang yang telah dibelinya, mengakses layanan Shopee memperoleh virus berbahaya.<sup>61</sup>

Pasal 26 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berbunyi: “Pelaku usaha memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.” Jual beli dengan menggunakan transaksi melalui Shopee tentunya memunculkan hubungan hukum melibatkan tiga pihak, diantaranya mulai dari pembeli, penjual, serta Shopee sebagai penyedia layanan jual beli *online* tersebut.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memuat hak konsumen. Apabila konsumen merasa haknya telah dilanggar, maka pihak konsumen dapat mengadu kepada lembaga berwenang seperti Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), serta Badan Perlindungan Konsumen (BPSK). Keberadaan Badan Perlindungan Konsumen (BPSK) memperlihatkan bahwa pengaduan terkait hal-hal yang bersangkutan dengan tidak terpenuhinya hak konsumen dapat dilakukan oleh konsumen. Badan Perlindungan Konsumen (BPSK) menerpakan sanksi-sanksi kepada pelaku usaha yang telah mengakibatkan kesalahan.

---

<sup>61</sup> Tim Shopee, “Syarat dan Ketentuan”, dikutip dari [www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id), diakses pada 7 Oktober 2021 pukul 15.00 WIB.

BPSK menerapkan model *small claims tribunal*, konsep tersebut merupakan penyelesaian sengketa konsumen paling terbaik serta banyak diminati, diantaranya adalah BPSK sebagai penghubung antara tata cara yang menggunakan ADR (*Alternatif Dispute Resolution*) yang memiliki sifat sederhana dengan menggunakan prosedur pengadilan yang mempunyai otoritas. Sehingga BPSK sebagai pembeda konflik kepentingan, dikarenakan adanya perpaduan yang menghasilkan keseimbangan antara pihak konsumen, pelaku usaha, serta pemerintah. Peran “Quasi Pengadilan Plus” dimiliki oleh BPSK yang menganut pada fungsi adjudikasi serta non-adjudikasi yang membuat proses pengelolaan sengketa di BPSK sifatnya terstruktur hingga dapat menyelesaikan perkara-perkara secara adil.<sup>62</sup>

Namun, BPSK mempunyai kekurangan dari segi pendanaan, kurangnya sumber daya manusia yang memadai serta profesional, tingkat pengawasannya rendah dan memiliki sistem pembinaan yang bersifat kurang intensif, koordinasi dengan Aparat Penanggung Jawab kurang, kurangnya sosialisasi tentang kebijakan BPSK di masyarakat. Meskipun BPSK memiliki kelebihan dalam proses penyelesaian perkara-perkara, namun BPSK kurang terkenal di kalangan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan masyarakat lebih mengenal LPKSM dan YLKI dibanding dengan BPSK. Sehingga dalam pengaduan masalah yang dialami oleh konsumen, mereka cenderung memilih LPKSM atau YLKI dalam menyelesaikan persoalan tersebut.

---

<sup>62</sup> Roberto Ranto, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik,” Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2 (November, 2019), 159.

LPKSM memiliki kedudukan menjadi lembaga non-pemerintah yang telah diakui serta terdaftar dalam pemerintah yang berfungsi untuk menangani persoalan tentang perlindungan konsumen. LPKSM tersebut mempunyai tugas berupa memberikan nasihat kepada konsumen terkait persoalan-persoalan tentang perlindungan konsumen, berkontribusi dengan intansi dalam upaya menghasilkan perlindungan konsumen, membantu konsumen menyelesaikan persoalan terkait perlindungan konsumen, serta memberikan informasi mengenai perlindungan konsumen kepada masyarakat.

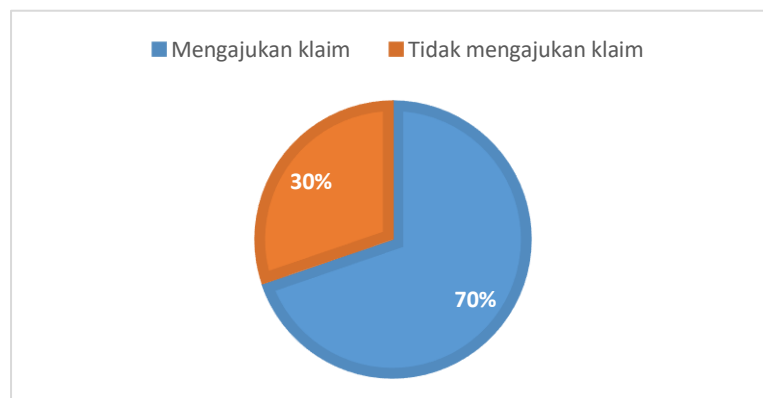
Sedangkan strategi serta kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Kosnsumen Indonesia (YLKI) adalah menumbuhkan rasa solidaritas antar konsumen dalam kegiatan kelompok konsumen demi meningkatkan rasa kepedulian kritis konsumen, kerjasama antara organisasi konsumen dengan organisasi kemasyarakatan dalam berbagai tingkat baik pada tingkat lokal hingga internasional, memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan di sektor industri dan pada pemerintahan dengan tujuan untuk pemenuhan kewajiban kepada konsumen di tingkat lokal dan nasional, mengendalikan tentang kebenaran informasi yang ada dengan data lainnya sesuai dengan kajian serta bukti yang telah dipastikan kebenarannya.

Terkait ganti kerugian yang dialami oleh pihak konsumen dimuat Pasal 4 huruf H Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berisi: “Hak mendapatkan kompensasi ganti rugi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan sebagaimana mestinya”. Ganti kerugian tersebut memiliki tujuan untuk menstabilkan

kondisi akibat barang atau jasa berbeda dari keinginan konsumen. Apabila konsumen mendapatkan kerugian sehingga menjadi korban dari pelayanan yang telah diberikan oleh Shopee, maka persoalan tersebut dapat diselesaikan melalui musyawarah. Namun, apabila penyelesaian secara musyawarah tidak mampu menyelesaikan persoalan tersebut, maka persoalan itu dapat dilimpahkan ke Pengadilan Negeri atau Badan Penyelesaian Konsumen.

Pada tanggal 24 September 2021 sampai dengan tanggal 3 Oktober 2021 telah dilakukan survei secara *online* melalui Google Form dengan link: [https://docs.google.com/forms/d/1JxjJePzXMOLGSSrjWiM6mLLNvzI-Zxs0mlmKias2wI/edit?usp=forms\\_home&ths=true](https://docs.google.com/forms/d/1JxjJePzXMOLGSSrjWiM6mLLNvzI-Zxs0mlmKias2wI/edit?usp=forms_home&ths=true). Hal tersebut dilakukan untuk keperluan skripsi dengan menggunakan data pendukung terkait perlindungan konsumen terhadap pembelian *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee. Hasil kuesioner yang telah didapatkan terdiri atas 43 orang sebagai responden yang berisi sebagai berikut:

**1. Tindakan yang dilakukan responden yang memperoleh produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee**

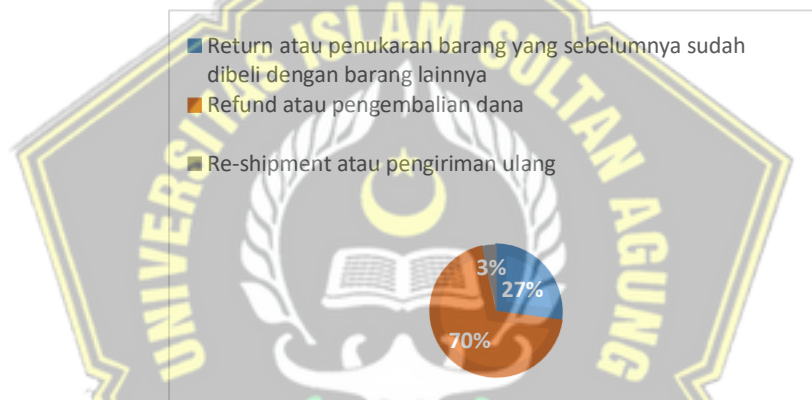


Grafik 14. Tindakan yang konsumen lakukan saat memperoleh produk *skincare* palsu



Pada saat ditanyakan kepada para konsumen tindakan yang dilakukan ketika memperoleh produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee, para responden paling banyak menjawab mengajukan klaim pada saat memperoleh produk *skincare* palsu yang dibeli melalui *marketplace* Shopee dengan jumlah 70%, sedangkan responden yang memilih tidak mengajukan klaim terdiri dari 30% saja.

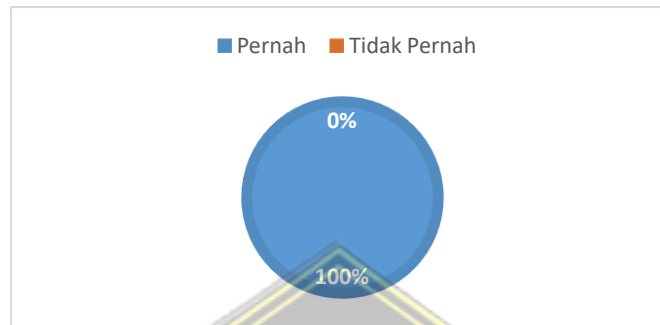
## 2. Bentuk penyelesaian yang dipilih oleh responden pada saat mengajukan klaim



Grafik 15. Penyelesaian pada saat mengajukan klaim

Bentuk penyelesaian responden pada saat mengajukan klaim paling banyak memilih *refund* atau pengembalian dana yang terdiri atas 70% responden, selanjutnya 27% responden memilih untuk *return*, hanya 3% responden yang memilih untuk menggunakan *reshipment* atau pengiriman ulang dalam mengajukan klaim tersebut.

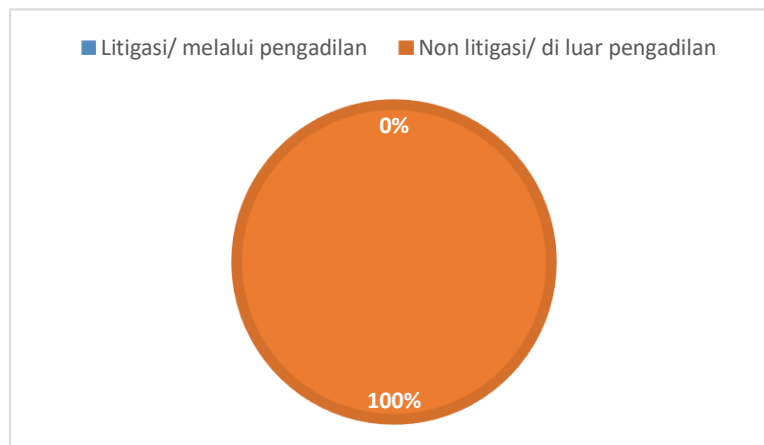
**3. Terkait persoalan pernah atau tidaknya responden bersengketa dengan Shopee pada saat memperoleh produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee**



Grafik 16. Konsumen pernah bersengketa atau tidak dengan Shopee

Hasil perolehan responden terkait pernah atau tidak bersengketa dengan pihak Shopee terkait diperolehnya produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee, dapat dilihat bahwa 100% responden telah menjawab pernah bersengketa dengan Shopee pada saat memperoleh produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee tersebut.

**4. Bentuk penyelesaian yang dilakukan responden dalam menyelesaikan sengketa dengan Shopee terkait diperolehnya produk *skincare* palsu saat membelinya melalui *marketplace* Shopee**



Grafik 17. Bentuk penyelesaian sengketa yang dipilih

Sebanyak 100% responden memilih penyelesaian sengketa jalur non litigasi terkait responden yang memperoleh produk *skincare* palsu pada saat membeli di *marketplace* Shopee.

**5. Bentuk penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi yang dipilih responden mengenai perolehan produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee**



Grafik 18. Bentuk penyelesaian sengketa melalui non litigasi

Hasil perolehan yang didapatkan dapat diketahui bahwa sebanyak 60% responden memilih menyelesaikan melalui jalur non litigasi dengan cara negoisasi atau musyawarah, kemudian 21% responden memilih cara konsultasi atau dengan bantuan oleh pihak konsultan, 16% responden memilih menggunakan cara mediasi atau perundingan para pihak yang dilakukan dengan menggunakan bantuan dari mediator, selanjutnya hanya 3% responden yang memilih cara konsilisasi atau adanya penengah yang menjadi konsilliator dalam menyelesaikan sengketa mengenai produk *skincare* palsu yang diperoleh melalui *marketplace* Shopee dengan cara non litigasi.

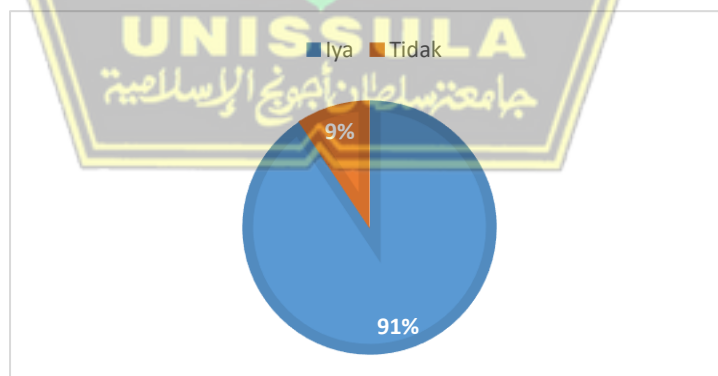
## 6. Tingkat kepuasan para responden pengguna Shopee



Grafik 19. Tingkat kepuasan pengguna Shopee

Hasil perolehan tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 24 responden merasa penggunaan Shopee memuaskan, kemudian 9 responden memilih penggunaan Shopee sangat memuaskan, 8 responden menjawab sedang pada saat menggunakan Shopee, selanjutnya terdapat 2 responden yang merasa tidak memuaskan pada saat menggunakan Shopee.

## 7. Tingkat kepuasan responden sebagai konsumen pengguna Shopee dibandingkan dengan konvensional



Grafik 20. Tingkat kepuasan pengguna Shopee dibandingkan konvensional

Responden yang sebagai konsumen pengguna Shopee paling banyak memilih merasa puas dengan menggunakan Shopee, hal tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 91% responden yang memilihnya. Namun, 9% dari

responden memilih bahwa penggunaan konvensional lebih baik dibandingkan penggunaan Shopee. Alasan-alasan responden memilih hal tersebut dikarenakan sebagai berikut:

- a) Terkadang respon yang diberikan bersifat lambat
- b) Pada saat mengajukan klaim barang atau pengembalian barang itu sulit dalam menghubunginya dan dirasa terlalu ribet, terlebih pada saat membeli sebagai konsumen tidak tau barang yang dibeli kondisinya seperti apa
- c) Transaksi secara *online* memang memudahkan dan fleksibel, namun tetap saja bagaimanapun transaksi konvensional lebih baik
- d) Jika membeli barang secara langsung di tokodapat melihat kondisi barang secara langsung.

Hasil perolehan kuesioner tersebut dapat dilihat bahwa penyelesaian yang dilakukan oleh responden pada saat memperoleh produk *skincare* palsu melalui Shopee ialah dengan cara penyelesaian jalur non litigasi dengan hasil 100% yang terdiri atas 43 responden. Pada penyelesaian non litigasi yang dipilih adalah berupa dengan cara negosiasi atau musyawarah yang terdiri atas 60% responden. Kerugian yang diperoleh konsumen yang mendapatkan produk *skincare* palsu melalui Shopee merupakan tanggungjawab dari pelaku usaha yang menjual atau menyediakan produk tersebut, sehingga bukan sepenuhnya tanggungjawab dari pihak Shopee selaku penyedia *website* Shopee. Bentuk ganti kerugian yang didapat oleh konsumen yang memperoleh produk *skincare* palsu dapat berupa *refund*, *return*, atau *reshipment*.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian setelah dilakukan pembahasan serta dilakukan analisis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh pihak Shopee kepada konsumen berupa memperoleh kenyamanan, keamanan, serta keselamatan dalam mengonsumsi barang, memilih barang serta memperoleh barang yang sesuai, informasi yang diperoleh secara benar, jelas, dan jujur terkait kondisi barang, pendapat serta keluhan atas barang didengar, konsumen diperlakukan secara benar serta jujur dan tidak diskriminatif. Namun, apabila konsumen memperoleh produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee, maka bentuk perlindungan hukum yang diperoleh berupa ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai, serta upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.
2. Bentuk pertanggungjawaban Shopee terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen akibat membeli produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee selaku sebagai penyedia *website* dengan cara menyediakan fitur *refund*, *return*, atau *reshipment*. Konsumen yang dirugikan dapat mengklaim fitur yang telah disediakan oleh pihak Shopee sebagai sarana perantara antara pihak pembeli dengan penjual. Namun, untuk ganti kerugian bukan sepenuhnya pihak Shopee,

melainkan tanggungjawab dari penjual yang menjual produk *skincare* palsu pada *website* Shopee.

## B. Saran

Terkait penegakan hukum demi memberikan jaminan perlindungan konsumen serta adanya pencegahan-pencegahan yang dapat dilakukan agar tidak memperoleh produk *skincare* palsu melalui *marketplace* Shopee, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat

Konsumen hendaknya membaca deskripsi produk dengan lebih teliti, tidak mudah terpengaruh dengan harga murah dibandingkan dengan harga umum, membaca kolom penilaian yang telah diutarakan oleh konsumen lainnya yang telah membeli barang tersebut, serta dapat memilih toko yang memiliki predikat *Star Seller* atau *Shopee Mall*.

2. Bagi Shopee

*Marketplace* Shopee hendaknya melakukan peningkatan kualitas dalam pelayanan mengenai ketentuan terkait penjual yang hendak menjual di *website* Shopee dengan menggunakan ketentuan terbaru seperti halnya dalam proses verifikasi akun yang dilakukan oleh pihak Shopee kepada penjual, pihak Shopee hendaknya mencantumkan alamat outlet penjual, catatan dari pihak kepolisian, serta nomor telepon yang dapat dihubungi. Hal tersebut dilakukan demi mengurangi kerugian yang dialami konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- As-Sabatin, Yusuf. *Bisnis Islami dan Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*. Bogor: Al Azhar Press, 2014.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Bisnis E-Commerce (studi sistem keamanan dan hukum di Indonesia)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- . *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*. Bandung: Nusa Media, 2017.
- Darus, Mariam. *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni, 1994.
- Hasanudin, Ismawati Rais. *Fiqih Muamalah dan Aplikasinya pada LKS*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2015.
- HR, Ridwan. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Indonesia, Lembaga Administrasi Negara Republik. *Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia*. Jakarta: Toko Gunung Agung, 1997.
- Kaligis, Oc. *Penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Prakteknya*. Jakarta: Yarsif Watampoe, 2012.
- Kristiyani, Celine Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Mardani. *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- . *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Nasional, Badan Perlindungan Konsumen. *Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Badan Perlindungan Konsumen, 2005.
- Neti Suriana, Dwi Muliawan. *A-Z Tentang Kosmetik*. Jakarta: PT Alex Media Komputido, 123.
- Nugroho, Adi Sulisty. *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Candi Gebang, 2006.
- S, Burhanuddin. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Malang Press, 2011.
- Salindelo, John. *Tata Laksana dalam Manajemen*. Jakarta: Sinar Grafika, 1998.



- Satrio, J. *Hukum Perikatan-Perikatan yang Timbul dari Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995.
- Shabur Miftah, Heru Susilo, Riyadi. "Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang)." 2021b.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia Press, 1986.
- Sudjana, Nana. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2007.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukarno, K. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Miswar, 1992.
- Yahya Abdurrahman, Hafidz Abdurrahman. *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*. Bogor: Al Azhar Publishing, 2015.
- Zein, Yahya. *Kontrak Elektronik dan Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce dalam Transaksi Nasional dan Internasional*. Bandung: Mandar Maju, 2009.
- Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2013.

## **PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

Undang-Undang Dasar 1945

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

## **JURNAL**

- Maulana, Shabur Miftah. "Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online." *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 29 No. 1*, 2016: 67.
- Ranto, Roberto. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik." *Jurnal Ilmu Hukum Vol. 2 No. 2*, 2019: 159.

Sommaliagustina, Desi. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen E-Commerce di Indonesia." *Jurnal Ilmu Hukum Vol. 3 No. 2*, 2018: 48.

Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *Jurnal Ilmu Hukum Vol. 2 No. 2*, 2018: 200.

## **INTERNET**

<https://apjii.or.id/content/utama/104>

<https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-transaksi-di-shopee-lebih-dari-28-juta-transaksi-per-hari>

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pembelian>

<https://kbbi.web.id/palsu>

<https://kbbi.web.id/produk>

<https://shopee.co.id/product/176017673/6908071106?smtt=0.77808172-1619838897.9>

<https://www.allyoung.co.id/blogs/beauty-tips/kenali-ciri-skincare-palsu>

<https://www.laite.co.id/pengertian-skin-care-dan-mengenali-jenisnya/>

<https://www.merdeka.com/sumut/10-bahan-kimia-berbahaya-dalam-produk-skincare-dan-dampak-buruknya-kln.html>

<https://www.senka.id/senka-stories/macam-macam-skincare>