

**PENYELESAIAN SENGKETA WANPRESTASI ANTARA KONSUMEN
PENGUNA TRANSAKSI ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*) DENGAN
MARKETPLACE SHOPEE**

Skripsi

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



Diajukan oleh :

Sigit Dwi Pratomo

30301800353

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2022**

**PENYELESAIAN SENGKETA WANPRESTASI ANTARA KONSUMEN
PENGUNA TRANSAKSI ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*) DENGAN
*MARKETPLACE SHOPEE***



Diajukan oleh :

Sigit Dwi Pratomo

30301800353

Telah Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing :

H. Winanto, S.H., M.H

NIDN : 0618056502

Tanggal, 22 Maret 2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENYELESAIAN SENGKETA WANPRESTASI ANTARA KONSUMEN
PENGGUNA TRANSAKSI ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*) DENGAN
MARKETPLACE SHOPE

Dipersiapkan dan disusun oleh

Sigit Dwi Pratomo
30301800353

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 20 April 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji
Ketua,

Dr. Umar Ma'Ruf., S.H., Sp.N., M.Hum
NIDN : 0617026801

Anggota

Anggota

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

H. Winanto, S.H., M.
NIDN : 0618056502

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum UNISSULA

Prof. Dr. H. Gunarto., SH., S.E Akt, M.Hum
NIDN : 06-0503-6205

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sigit Dwi Pratomo

NIM : 30301800353

Fakultas : Hukum

Dengan ini saya menyatakan bahwa, karya tulis yang berjudul :

**“PENYELESAIAN SENGKETA WANPRESTASI ANTARA KONSUMEN
PENGGUNA TRANSAKSI ELEKTRONIK (E-COMMERCE) DENGAN
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, 05 Juni 2022

Yang Menyatakan

SIGIT DWI PRATOMO

NIM : 30301800353

SURAT PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Sigit Dwi Pratomo, S.H.
NIM	: 30301800353
Program Studi	: Ilmu Hukum
Fakultas	: Hukum - Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Alamat Asal	: JL. Menjanganan Rt 01 Rw 05,Putat,Kec Purwodadi,Kab Grobogan
No. HP / Email	: 089648866223 / sigittdp@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul :

PENYELESAIAN SENGKETA WANPRESTASI ANTARA KONSUMEN
PENGUNA TRANSAKSI ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*) DENGAN
MARKETPLACE SHOPE

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/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, 05 Juni 2022
Yang Menyatakan,

SIGIT DWI PRATOMO
NIM : 30301800353

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

❖ Allah menyatakan bahwa tidak ada Tuhan (yang berhak disembah) melainkan Dia, yang menegakkan keadilan, para Malaikat dan orang-orang yang berilmu (juga menyatakan yang demikian itu). Tak ada Tuhan (yang berhak disembah) melainkan Dia, Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (Ali Imran : 18)

❖ Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan Akherat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu. (HR. Turmudzi)

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

❖ Terimakasih Ibu Sutini dan Bapak Hartoyo tercinta dan Kakaku yang bernama Efik Yuli Prastiwi tersayang yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

❖ Sahabatku Maulan, Dani, Vian, Fido, Lukman dan teman sekampusku semua yang aku cintai yang selalu mendukungku.

❖ Almameterku UNISSULA.

KATA PENGANTAR

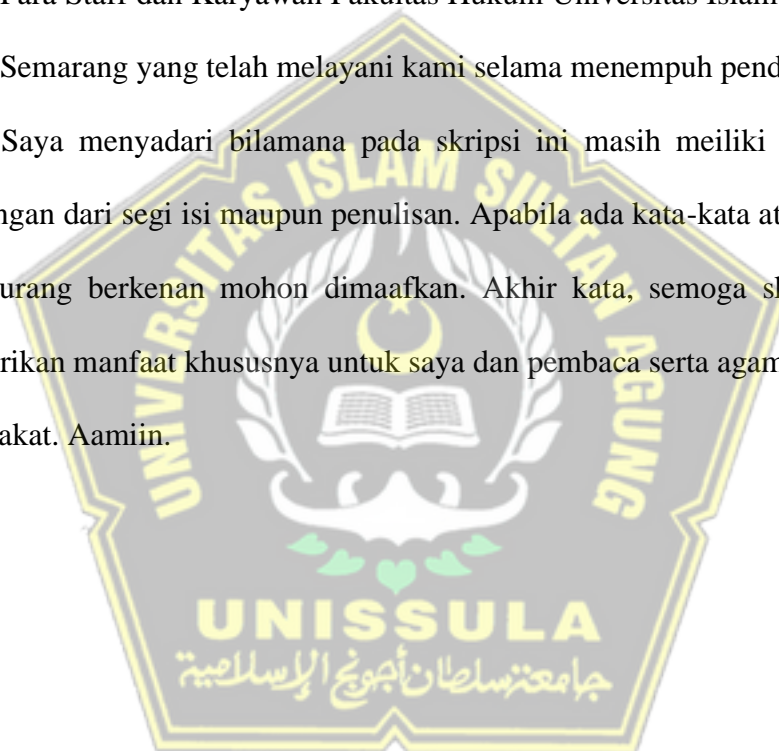
Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Penulisan skripsi yang berjudul “**Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Antara Konsumen Pengguna Elektronik (*E-commerce*) Dengan *Marketplace* Shopee** ” dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) di Fakultas Hukum UNISSULA.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, S.H, S.E, Akt, M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, S.H, S.E, Akt, M.Hum Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Arpangi, S.H., M.H Selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ibu Dr. Hj. Aryani Witasari, SH., M.Hum Selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Hukum Unissula.

6. Bapak H. Winanto, SH., MH selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Para Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu selama penulis menempuh pendidikan.
8. Para Staff dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah melayani kami selama menempuh pendidikan.

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



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Terminologi	12
F. Metode Penelitian	14
G. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Tinjauan Umum Tentang Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>)	23
1. Pengertian atau Definisi Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>).....	23

2. Pihak-Pihak Dalam Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>)	26
3. Jenis-Jenis Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>)	31
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum dalam Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>).....	34
1. Perkembangan Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>).....	34
2. Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum Pada Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>).....	36
3. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>)	39
C. Tinjauan Umum Tentang Penyelesaian Sengketa	43
D. Tinjauan Umum Transaksi Elektronik (<i>E-commerce</i>) Menurut Hukum Islam	45
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Upaya Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Antara Konsumen Pengguna Transaksi Elektronik (<i>E-Commerce</i>) Dengan <i>Marketplace</i> Shopee	51
B. Hambatan Konsumen Yang Mengalami Wanprestasi Dalam Pengajuan Ganti Rugi Terhadap <i>Marketplace</i> Shopee Dan Solusinya.....	67
BAB IV PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dibidang telekomunikasi dan informasi saat ini, mengakibatkan peningkatan diseluruh aspek kehidupan manusia tanpa terkecuali yaitu dalam hal jual beli. Perkembangan teknologi ini mengakibatkan adanya peralihan dari yang semula transaksi jual beli itu dilakukan secara langsung, saat ini dilakukan melalui suatu *marketplace*. Ada berbagai *marketplace* yang telah berkembang di Indonesia contohnya Shopee, Tokopedia, BliBli, dan masih banyak lagi. Adapun pada penelitian kali ini dimaksudkan untuk mengetahui serta menganalisis upaya penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh oleh konsumen dalam transaksi jual beli online (*e-commerce*) dengan *marketplace* Shopee serta untuk mengetahui serta menganalisis hambatan-hambatan konsumen yang mengalami wanprestasi dalam pengajuan ganti rugi terhadap *marketplace* Shopee.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *yuridis sosiologis*. Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif analitis dengan sumber data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan beberapa responden pengguna Shopee, sedangkan data sekunder diperoleh melalui bahan-bahan kajian seperti peraturan perundang-undangan serta literatur yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Metode analisis datanya menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu tata cara penelitian yang bersifat deskriptif serta memakai analisis.

Hasil penelitian terkait dengan hal tersebut yaitu upaya penyelesaian sengketa antara antara konsumen pengguna *e-commerce* dengan *marketplace* shopee jika terjadi wanprestasi terdapat dua cara yaitu melalui litigasi dan non litigasi. Untuk yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan kebanyakan merupakan kasus jual-beli yang dilakukan secara langsung atau dengan kata lain mempertemukan penjual dan pembeli. Sedangkan untuk non litigasi didasarkan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Namun, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap beberapa responden terdapat beberapa hambatan yang membuat konsumen tidak melakukan pengajuan ganti rugi yang mana yaitu tahapan pengajuan ganti rugi terlalu panjang, tenggang waktu proses pengajuan ganti rugi terlalu singkat, dan tidak ada pemberitahuan kepada konsumen secara langsung.

Kata Kunci : Penyelesaian Sengketa, Wanprestasi, *E-commerce*, Shopee

ABSTRACT

The rapid development of technology in the field of telecommunications and information today, has resulted in an increase in all aspects of human life without exception, namely in terms of buying and selling. The development of this technology has resulted in a shift from where previously buying and selling transactions were carried out directly, to now being carried out through a *marketplace*. There are various *marketplaces* that have developed in Indonesia, for example Shopee, Tokopedia, BliBli, and many more. As for this research, it is intended to identify and analyze dispute resolution efforts that can be taken by consumers in online buying and selling transactions (*e-commerce*) with the Shopee *marketplace* and to identify and analyze the barriers to consumers experiencing default in filing compensation for the Shopee *marketplace*.

The approach method used in this research is sociological juridical. The specification of this research is analytical descriptive with research data sources in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained through interviews with several Shopee user respondents, while secondary data was obtained through study materials such as legislation and literature related to the problems studied. The data analysis method uses qualitative methods. Qualitative method is a research procedure that is descriptive and uses analysis.

The results of the research related to this are efforts to resolve disputes between consumers using *e-commerce* and the shopee *marketplace* if there is a default, there are two ways, namely through litigation and non-litigation. For those that are resolved through litigation or through the courts, most of them are buying and selling cases that are carried out directly or in other words bringing together sellers and buyers. Meanwhile, non-litigation is based on the Consumer Protection Act. This is done through the Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK). However, based on the results of research conducted on several respondents, there are several obstacles that prevent consumers from filing for compensation, which are the stages of filing for compensation are too long, the grace period for the compensation application process is too short, and there is no direct notification to consumers.

Keywords: Dispute Resolution, Wanprestasi, *E-commerce*, Shopee

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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

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

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

Adanya keadaan dalam bentuk realita yang mana dalam bentuk realitas virtual (*virtual reality*) ini pada akhirnya menyebabkan suatu keadaan yang dinamakan dengan *online*. *Online* adalah keadaan computer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan internet. Sesungguhnya *online* tidak hanya dapat terhubung melalui perangkat computer saja tapi saat ini juga dapat diakses melalui HP (handphone) yang membuat semakin mudahnya terhubung antar wilayah tanpa perlu banyak waktu.

Adanya keadaan *online* yang terhubung jaringan internet juga mempermudah dalam hal perdagangan. Ini tentu memudahkan pelaku usaha untuk mendapatkan pasar terbaik guna memasarkan produknya untuk memperoleh konsumen. Para pelaku usaha dan konsumen saat ini bertemu tidak hanya di pasar yang pada umumnya mempertemukan penjual dan pembeli yang dalam hal ini merupakan konsumen, tetapi saat ini semakin berkembang dengan adanya pasar yang secara *online*. Oleh karena itu pelaku usaha saat ini dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya karena persaingan usaha tidak hanya terjadi di pasar lokal yang biasanya mempertemukan penjual dan pembeli tetapi juga pasar yang secara *online* yang terhubung melalui jaringan internet. Pada zaman yang serba *online* ini memang tidak dapat dipungkiri bahwasannya perkembangan pasar saat ini telah beralih ke pasar yang sifatnya *online*.

Kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online* oleh para pelaku usaha saat ini dilakukan melalui berbagai macam *marketplace*. Dimana saat

ini di Indonesia telah berkembang berbagai macam *marketplace* seperti shopee, tokopedia, blibli, Lazada, dan lain sebagainya. *Marketplace* itu merupakan *platform* yang berperan sebagai pihak ketiga atau perantara antara penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual beli secara online.² Selain itu *marketplace* merupakan sebuah tempat secara daring dimana penjual harus memiliki akun untuk menjajakan barang dagangannya terlebih dahulu dengan cara menyediakan foto produk dan mengunggahnya dengan deskripsi produk. Apabila pembeli tertarik untuk membeli produk tersebut pihak penjual akan diberi pemberitahuan oleh sistem *e-commerce* tersebut. *Marketplace* menjadi pihak ketiga yang memediasi penawaran dan permintaan, memfasilitasi interaksi antara pembeli dan penjual dan membantu proses transaksi. Kegiatan transaksi melalui *marketplace* sesungguhnya sangat erat kaitannya dengan *e-commerce*. Perdagangan Elektronik atau *electronic commerce* atau disingkat dengan *e-commerce*. *Electronic Commerce* adalah merupakan suatu proses penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti, handphone dan komputer, yaitu jaringan internet. *e-commerce* dapat melibatkan transferdana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen investoir otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.³

² <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-marketplace/>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2021 Pukul 22:12 WIB.

³<https://islamiwiki.blogspot.com/>, diakses pada tanggal 16 Februari pukul 01:56 WIB.

Dikarenakan adanya keterkaitan antara *marketplace* dengan *e-commerce*. Maka dalam suatu *marketplace* kegiatan transaksi jual beli mengharuskan kita mempunyai akun, dengan cara mendaftarkan diri sebagai pengguna mengisi informasi berisi nama, alamat, nomor hp, email, transaksi pembayaran dan apabila memakai kartu kredit dapat tersimpan otomatis didalam sistem milik *marketplace* yang bersangkutan. Pada transaksi yang dilakukan melalui *marketplace* dalam hal ini tentunya yaitu berupa kegiatan jual beli. Transaksi jual antara penjual dan pihak konsumen tentunya harus disepakati oleh para pihak walaupun dilakukan secara *online*. Adanya kesepakatan antara para pihak mengenai harga ataupun jenis produk yang telah disepakati ini sama halnya dapat dikatakan bahwa transaksi Jual-beli didasarkan atas adanya perjanjian yang mana perjanjian jual-beli dapat dikatakan ada atau sudah lahir bila tercapai kata “sepakat” mengenai harga dan barang. Serta juga para pihak sudah setuju tentang barang dan harga yang melahirkan perjanjian jual beli yang sah.⁴ Suatu perjanjian dapat dikatakan “sah” sebagaimana yang telah diatur pada Pasal 1320 KUHPerdata harus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian yaitu :

1. Adanya kesepakatan kehendak (*Consensus, Agreement*),
2. Adanya kecakapan bertindak pada masing – masing pihak menurut hukum,
3. Sesuatu hal tertentu (ada objek tertentu) yang diperjanjikan,

⁴Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 2.

4. Adanya suatu sebab diperbolehkan / legal⁵

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

Jual beli pada dasarnya adalah Transaksi antara satu orang dengan orang lain yang berupa tukar – menukar suatu barang dengan barang yang lain berdasarkan tata cara atau akad tertentu dengan penukaran antara barang dan uang. Dalam perjanjian dan jual beli telah diatur di dalam Kitab Undang–undang Hukum Perdata (KUHPerdata / BW(Burgelijk Wetbook) dalam buku III. Kegiatan jual beli di dalam Internet biasa disebut juga dengan Perdagangan Elektronik atau *electronic commerce* atau disingkat dengan *e-commerce*. *Electronic Commerce* adalah merupakan suatu proses penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti, handphone dan komputer,yaitu jaringan internet. *e-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data

⁵ Sri Hastirin dan Aryani Witasari, *Pengantar Hukum Indonesia*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang PRESS, Semarang, 2012, hal. 42.

elektronik, sistem manajemen investoir otomatis, dan sistem pengumpula data otomatis.

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

Transaksi yang dilakukan melalui *marketplace* tentunya memiliki dampak yang positif dan negatif. Mengenai dampak yang positif bukan merupakan suatu hal yang dipermasalahkan. Tetapi untuk dampak yang negatif inilah yang menimbulkan permasalahan dalam transaksi melalui

marketplace. Sebab kegiatan transaksi jual beli melalui Internet ini menimbulkan berbagai kondisi yang memiliki akibat hukum dengan segala konsekuensinya. Misalnya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan wansprestasi dari salah satu pihak dalam sebuah transaksi jual beli secara elektronik, akan memunculkan kesulitan bagi para pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian (bertujuan untuk mendapat ganti rugi) yang telah timbul dan disebabkan oleh perbuatan melawan hukun dalam hal ini disebabkan dalam bertransaksi jual beli tidak dilakukan secara langsung bertatap muka antara penjual dan pembeli. Memang tidak ada jaminan terkait dengan *marketplace* terbaik yang memiliki kredibilitas tinggi dalam melindungi pihak pembeli yang melakukan transaksi melalui suatu *marketplace* tertentu. Sebab dalam transaksi melalui *marketplace* itu kemungkinan resiko yang dihadapi pembeli ini sangat tinggi. Maka dari itu seorang pembeli pun juga harus pintar-pintar dalam memilih toko yang ada didalam suatu *marketplace*.

Adanya kerugian yang dialami oleh konsumen *marketplace* tentunya terkadang pasti menimbulkan sengketa antara pihak konsumen dengan pihak penjual. Pada kondisi tersebut memang posisi pihak *marketplace* seharusnya menjadi penengah antara pihak penjual dengan pembeli yang melakukan transaksi jual beli melalui *marketplace* yang bersangkutan. Tetapi terkadang untuk meminta ganti kerugian melalui pihak *marketplace*, konsumen justru mengalami kesulitan yang bahkan

terkadang malah diabaikan oleh pihak *marketplace*. Hingga saat ini mungkin telah banyak konsumen yang mengalami kerugian atas transaksi yang dilakukan melalui *marketplace* yang mana tidak sesuai dengan apa yang seharusnya.

Saat ini dapat dikatakan *marketplace* Shopee merupakan *marketplace* yang memang sangat diminati oleh kebanyakan konsumen dalam melakukan transaksi. Walaupun sangat diminati namun tidak dapat dipungkiri bilamana masih dapat terjadi masalah-masalah yang menimbulkan kerugian yang diderita oleh pihak konsumen yang mana permasalahan tersebut pada akhirnya menimbulkan sengketa antara pihak konsumen dengan *marketplace* sebagai pihak yang menaungi seller atau penjual. Dari hasil penelusuran secara mendalam, dalam transaksi jual beli online Shopee, terjadi pula praktik-praktik yang merugikan pembeli atau konsumen. Kasus pada Shopee yang di dapatkan melalui penelusuran adalah sebagai berikut:

1. Wanprestasi, terdapat ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan barang yang dipesan oleh konsumen.⁶

⁶www.qonsumen.com, "Berbelanja di Shopee" diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 07:30 WIB.

2. Pembatalan sepihak, pesanan dibatalkan sepihak oleh Shopee karena stok barang habis atau terjadi kesalahan program, padahal konsumen telah membayar lunas terlebih dahulu.⁷
3. Pengaduan cukup sulit, konsumen yang memiliki masalah dengan pengiriman, pengembalian barang dan/atau dana, sering mendapat ketidakjelasan dari pihak Shopee jika melakukan komplain. Mulai dari proses yang lama, hingga komplain tidak diperhatikan.⁸
4. Pembobolan akun Shopee, akun konsumen dibobol kemudian pihak lain memanfaatkan data-data kartu kredit atau bank pemilik akun Shopee untuk disalahgunakan, seperti membeli barang dengan dana pemilik asli akun Shopee.⁹

Sehingga, berdasarkan latar belakang penulis mengangkat hal-hal terkait diatas dalam bentuk tugas akhir atau skripsi yang kemudian mengangkat judul **“Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Antara Konsumen Pengguna Transaksi Elektronik (E-Commerce) Dengan Marketplace Shope”**

⁷www.cnnindonesia.com, “Shopee dan Lazada Angkat Suara soal penipuan Flash Sale” diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 07:45 WIB.

⁸www.kompasiana.com, *Konsumen Shopee*, “Kebijakan Toko Online Shopee.co.id yang merugikan konsumen” diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 08:10 WIB.

⁹journal.citandy.com, “Kapok Belanja di Aplikasi Shopee dan menggunakan kartu kredit citibank” diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 08:25 WIB.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah upaya penyelesaian sengketa wanprestasi antara konsumen pengguna transaksi elektronik (*e-commerce*) dengan *marketplace* Shopee ?
2. Apa hambatan konsumen yang mengalami wanprestasi dalam pengajuan ganti rugi terhadap *marketplace* Shopee dan bagaimana solusinya ?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis upaya penyelesaian sengketa wanprestasi antara konsumen pengguna transaksi elektronik (*e-commerce*) dengan *marketplace* Shopee
2. Untuk mengetahui serta menganalisis hambatan konsumen yang mengalami wanprestasi dalam pengajuan ganti rugi terhadap *marketplace* Shopee serta solusinya

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Hasil daripada penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan serta ilmu pengetahuan terkait penyelesaian sengketa serta hambatan-hambatan konsumen dalam pengajuan ganti rugi apabila terjadi wanprestasi terhadap konsumen dalam transaksi jual beli berbasis online (*e-commerce*) dengan *marketplace* Shopee.
- b. Hasil daripada penulisan skripsi ini digunakan dalam rangka memenuhi tugas penelitian hukum guna menyelesaikan studi Strata 1 pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Masyarakat
Hasil dari penulisan skripsi ini merupakan sumbangsih pemikiran guna memberikan manfaat kepada masyarakat terkait aspek penyelesaian sengketa serta hambatan-hambatan konsumen untuk pengajuan ganti rugi dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*) dengan *marketplace* Shopee.
- b. Bagi Mahasiswa
Hasil daripada penulisan skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan serta referensi bagi mahasiswa untuk meningkatkan

wawasan serta ilmu pengetahuan, khususnya terkait penyelesaian sengketa terhadap konsumen serta hambatan konsumen untuk pengajuan ganti rugi dalam transaksi jual beli secara online (*e-commerce*) dengan *marketplace* Shopee.

E. Terminologi

Terminologi atau peristilahan adalah ilmu tentang istilah dan penggunaannya. Istilah adalah kata dan gabungan kata yang digunakan dalam konteks tertentu.¹⁰ Berikut ini kami sampaikan terminologi sesuai dengan tema dan judul yang kami angkat sebagai berikut :

1. Penyelesaian Sengketa, penyelesaian memiliki arti proses, cara, perbuatan, menyelesaikan (dalam berbagai arti seperti pembersihan dan pemecahan).¹¹ Sedangkan sengketa adalah perselisihan yang terjadi antara kedua belah pihak atau lebih dimana kedua belah pihak saling mempertahankan pendapatnya yang kemudian menimbulkan kerugian yang dialami oleh salah satu pihak. Dengan demikian penyelesaian sengketa berarti proses atau cara untuk menyelesaikan perselisihan antara kedua belah pihak atau lebih yang bersengketa.

¹⁰ <https://id.wikipedia.org/wiki/Terminologi>, diakses pada tanggal 29 November 2021 Pukul 22:08 WIB.

¹¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/penyelesaian>, diakses pada 19 Oktober 2021 Pukul. 11.02 WIB.

2. Konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹²
3. Transaksi Elektronik (*e-commerce*), transaksi merupakan persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak.¹³ Sedangkan elektronik (*e-commerce*) adalah kegiatan bisnis yang berhubungan dengan konsumen, manufaktur, *service providers*, serta pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer.¹⁴ Dengan demikian transaksi elektronik (*e-commerce*) berarti kegiatan jual beli yang dilakukan dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer atau internet.
4. *Marketplace* merupakan suatu platform yang bertindak sebagai perantara antara konsumen dengan penjual atau pelaku bisnis untuk melakukan transaksi jual beli secara online.¹⁵
5. Wanprestasi merupakan pelaksanaan kewajiban yang tidak dipenuhi, ingkar janji atau kelalaian yang dilakukan oleh debitur baik karena tidak

¹² Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/transaksi>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2021 Pkl. 11.09 WIB.

¹⁴ Ninik Suparni, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Jakarta, Sinar Grafika, 2007, Hal. 30.

¹⁵ <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-marketplace/>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2021 Pkl. 11.15 WIB.

melaksanakan apa yang telah diperjanjikan maupub melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.¹⁶

6. Shopee adalah *platform* atau wadah untuk transaksi jual beli secara *online* dan merupakan tempat belanja *online* nomor satu se-Indonesia.¹⁷

Shopee merupakan *e-commerce* yang menawarkan berbagai produk mulai dari makanan, pakaian, barang elektronik, barang rumah tangga, serta masih banyak produk lain yang ditawarkan.

F. Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terdiri atas tahapan-tahapan, terstruktur serta sistematis untuk membahas dan juga memecahkan adanya masalah tertentu. Dalam melakukan penelitian diperlukan pengumpulan data dengan menggunakan metode yang tepat yang dapat dijadikan sebagai pedoman bagi penulis untuk memperoleh hasil penelitian yang diharapkan serta dipertanggungjawabkan baik dari segi moralitas, integritas, dan etika dalam sebuah penelitian.¹⁸ Kamus Besar

Bahasa Indonesia memberikan pengertian bahwa metode adalah cara teratur

¹⁶ Pengertian Wanprestasi, DPP Federasi Advokat Republik Indonesia, <http://www.dppferari.org/pengertian-bentuk-penyebab-dan-hukum-wanprestasi/>, diakses pada 20 Oktober 2021 Pkl. 22.01 WIB.

¹⁷ Tentang Shopee, <https://careers.shopee.co.id/about>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2021 Pkl. 15.16 WIB.

¹⁸ Irwansyah, *Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*, Mirra Buana Media, Yogyakarta, 2020, hal. 31.

yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

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

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu metode pendekatan *yuridis sosiologis*. Metode *yuridis sosiologis* digunakan untuk menganalisa ketentuan perundang-undangan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu perjanjian jual beli khususnya jual beli yang dilakukan secara online. Sedangkan *empiris* merupakan suatu metode penelitian dengan melihat fakta-fakta empiris yang berasal dari perilaku manusia, dimana perilaku verbal tersebut di dapatkan dari hasil wawancara maupun perilaku nyata yang dilakukan secara langsung. Penelitian *yuridis sosiologis* memiliki arti yaitu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara in action pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.¹⁹ Sehingga dalam penelitian ini

¹⁹Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hal 134.

dilakukan wawancara dengan narasumber yang pernah mengalami permasalahan sebagaimana yang dirumuskan dalam rumusan masalah.

2. Spesifikasi Penelitian

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan menggunakan spesifikasi penelitian yang bersifat deskriptif analitis merupakan penelitian yang menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum serta praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan.²⁰

Dimana dalam hal penelitian ini mendeskripsikan serta menganalisis mengenai upaya penyelesaian sengketa yang dapat di tempuh oleh konsumen yang mana mengalami wanprestasi dalam melakukan transaksi *e-commerce* dengan menggunakan *marketplace* Shopee serta menjelaskan hambatan-hambatan yang dialami konsumen tersebut dalam upaya pengajuan ganti rugi sebagai bentuk dari penyelesaian sengketa yang di alaminya.

3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data primer dan data sekunder, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Data Primer

²⁰Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988, hal. 35.

Data primer merupakan data yang bersifat asli dan diperoleh secara langsung dari narasumber dengan cara melakukan wawancara terhadap narasumber tersebut. Pada data primer ini dilakukan wawancara secara langsung dengan narasumber atau responden yang mana berkaitan erat atau bahkan memiliki pengalaman secara langsung dengan permasalahan yang di tetili sehingga akan di dapatkan data yang dibutuhkan.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis melakukan wawancara terhadap lima narasumber pengguna *marketplace* Shopee, antara lain:

- 1) Widhi (Mahasiswa)
- 2) Sutinah (Ibu Rumah Tangga)
- 3) Rahmanda (Wiraswasta)
- 4) Bagas (Karyawan Swasta)
- 5) Probo (Aparatur Sipil Negara)

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung oleh penulis. Penulis mendapatkan data sekunder ini berdasarkan pada sumber yang telah ada. Data sekunder terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, serta bahan hukum tersier, antara lain:

- 1) Bahan Hukum Primer

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan berbagai peraturan yang berkaitan dengan judul yang diangkat sebagai berikut:

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD NRI) Tahun 1945
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- c) Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata
- d) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- e) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- f) Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Kekuasaan Kehakiman
- g) Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- h) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

2) Bahan Hukum Sekunder

Pada penelitian ini, penulis menggunakan bahan hukum sekunder yang berkaitan dengan judul antara lain:

- a) Buku yang berkaitan dengan hukum

- b) Jurnal hukum
- c) *E-book*
- d) Materi kuliah
- e) Karya ilmiah
- f) Penelitian

3) Bahan Hukum Tersier

Guna mendukung penelitian ini, penulis mengambil bahan hukum tersier antara lain:

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

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, penelitian kepustakaan (*library research*) serta studi dokumen dengan mengkaji bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, serta bahan hukum tersier yang telah dikumpulkan untuk kemudian diolah dengan sistematis dimana berkaitan terhadap permasalahan yang dirumuskan penulis serta di kembangkan dengan kondisi nyata pada masyarakat.

Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang telah dipilih baru kemudian hasil dari wawancara dengan beberapa narasumber tersebut kemudian dilakukan analisis.

5. Metode Analisis Data

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

Data hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa narasumber kemudian dilakukan analisis dengan cara melihat apa saja persamaan yang dialami dari masing-masing pihak yang mengalami permasalahan tersebut.

G. Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTKA

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

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ketiga, analisis referensi-referensi literature yang terkait dengan penelitian serta tentang pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah, yaitu mengenai upaya penyelesaian sengketa antara konsumen pengguna *e-commerce* dengan *marketplace* yang mana dalam hal ini yaitu *marketplace* Shopee jika terjadi wanprestasi serta hambatan-hambatan konsumen yang mengalami wanprestasi dalam pengajuan ganti rugi terhadap *marketplace* Shopee.

BAB IV : PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Transaksi Elektronik (*E-commerce*)

1. Pengertian atau Definisi Transaksi Elektronik (*E-commerce*)

Suatu transaksi dalam kegiatan sehari-hari itu erat kaitannya dengan suatu proses jual beli. Dimana transaksi merupakan persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak.²¹ Maka dari itu mengenai definisi transaksi elektronik (jual beli secara *online*) melalui *e-commerce*.

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

²¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/transaksi>, diakses pada tanggal 30 November 2021 Pkl. 10.30 WIB.

Pada Transaksi jual beli secara *elektronik* telah diatur didalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 yakni “Transaksi elektronik



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

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

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

Onno w. Purbo dan Aang Arif Wahyudi mencoba menggambarkan *E-commerce* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan

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

dengan berbagai cara seperti melalui e-mail atau bisa melalui *World Wide Web*.²³

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

2. Pihak-Pihak Dalam Transaksi Elektronik (*E-commerce*)

Dalam dunia *e-commerce* atau internet dikenal dua pelaku yaitu pelaku usaha yang melakukan usaha penjualan dan konsumen yang mempunyai peran sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan pembeli transaksi jual beli melalui internet juga melibatkan penyedia jasa pelayanan jaringan internet seperti *Payment gateway* adalah suatu perangkat yang dioperasikan oleh *acquirer* atau pihak ketiga untuk memproses pesan pembayaran termasuk instruksi pembayaran dari *cardholder* (orang yang menggunakan kartu pembayaran yang

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

dikeluarkan oleh sebuah *issuer*). Dan yang dimaksud Issuer adalah suatu institusi ekonomi (bank) yang membuat rekening dan mengeluarkan kartu pembayaran bagi *cardholder*.²⁴

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

- a. Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak semua bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh izin dari *Card International*, dapat menerbitkan *credit card*, seperti Master dan Visa card.
- b. Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia International yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.
- c. Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu *American Express*.

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

Dalam melakukan hubungan hukum maka akan timbul sebuah hak dan kewajiban, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah

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

diatur dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 bab II pada bagian pertama dalam pasal 4, 5, 6, dan pasal 7, yaitu:

a. Hak konsumen.

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.

b. Kewajiban konsumen

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa ,demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

c. Hak Pelaku Usaha

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

d. Kewajiban Pelaku Usaha

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu atau memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang di buat dan/atau yang di perdagangkan.
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

3. Jenis-Jenis Transaksi Elektronik (*E-commerce*)

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

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

a. *Business to Business (B2B)*

Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu. Dilihat dari karakteristiknya, transaksi *e-commerce* B to B, mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. *Trading Partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah saling terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal maka pertukaran informasi tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.

²⁵Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, h1408

- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berskala dengan format data yang telah disepakati. Jadi, *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka lainnya untuk mengirim data; dan

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

b. *Business to Consumer (B2C)*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat. Karakteristik transaksi *E-commerce*

Business to Consumer adalah sebagai berikut:

- a. Terbuka untuk umum dimana informasi di sebarakan secara umum pula.
- b. *Service* yang dilakukan juga bersifat umum sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh banyak orang.

- c. *Service* yang diberikan berdasarkan permintaan konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap memberikan respon terhadap inisiatif konsumen; dan
- d. Sering dilakukan pendekatan client server, yang mana konsumen dipihak klien menggunakan sistem yang minimal (*berbasis web*) dan pihak penyedia barang atau jasa (*business procedure*) berada pada pihak *server*.
- c. *Consumer to Consumer (C2C)*
Transaksi jual beli yang terjadi antarindividu dengan individu yang akan saling menjual barang.
- d. *Consumer to Business (C2B)*
Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.
- e. *Non-business electronic commerce*
Transaksi yang merupakan kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain
- f. *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce*.
Kegiatan ini meliputi semua aktifitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, informasi dan menjual produk perusahaan kepada karyawan.
- g. *Govermer to Citizens (G2C)*

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

h. *Mobile Commerce*

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

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum dalam Transaksi Elektronik (*E-commerce*)

1. Perkembangan Transaksi Elektronik (*E-commerce*)

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

Pada saat ini proses kegiatan jual beli dipermudah dengan memanfaatkan teknologi internet, atau lebih dikenal dengan istilah *online shop*. Kegiatan jual beli secara online merupakan kegiatan jual beli yang cara pemasaran, penyebaran serta transaksinya memanfaatkan teknologi internet seperti media sosial, *website* serta aplikasi belanja

online. Pelaksanaan transaksi jual beli secara elektronik ini dilakukan dalam beberapa tahap, sebagai berikut :²⁶

1) Penawaran

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

2) Penerimaan

Proses penerimaan ini dapat dilakukan tergantung daripada penawaran yang terjadi.

3) Pembayaran

Dalam hal ini pembayaran dapat dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pembayaran secara langsung dapat dilakukan dengan pembayaran di tempat apabila produk telah sampai di tangan konsumen atau dikenal dengan istilah (*Cash On Delivery*). Sedangkan tidak langsung dilakukan dengan cara pembayaran melalui rekening bank serta melalui uang elektronik atau *e-money*.

4) Pengiriman

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

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

Perkembangan segala kegiatan terutama kegiatan jual beli dengan memanfaatkan teknologi informasi serta internet semakin diminati karena memberikan banyak kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu pemerintah kemudian menetapkan pengaturan hukum yang berhubungan dengan pemanfaatan teknologi dan informasi yang disebut Hukum Siber (*Cyber Law*). Pengaturan hukum siber diwujudkan dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

2. Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum Pada Transaksi Elektronik (*E-commerce*)

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

- a. Terdapat pengayoman dari pemerintah terhadap warganya
- b. Pemberian jaminan kepastian hukum
- c. Berkaitan dengan hak-hak warga negara
- d. Terdapat sanksi atau hukuman bagi pihak yang melanggarnya

Perlindungan hukum merupakan upaya-upaya hukum yang dilakukan untuk melindungi hak-hak setiap orang untuk mencegah

adanya kerugian yang dapat timbul kepadanya. Beberapa ahli hukum juga turut mengartikan perlindungan hukum, antara lain:

a. Menurut C.S.T. Kansil

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

b. Menurut Satjipto Rahardjo

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

c. Menurut Philipus M. Hadjon

Philipus M. Hadjon merumuskan, “Perlindungan hukum sebagai suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.”²⁹

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

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

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

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

a. Perlindungan Hukum Secara Preventif

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

b. Perlindungan Hukum Secara Represif

³⁰*Ibid.* Hal. 73.

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

3. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik (E-commerce)

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

³¹*Ibid.* Hal. 75

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

- a. Permasalahan mengenai kapan terjadinya atau lahirnya kesepakatan dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara online, permasalahan berkaitan dengan saat bertemunya permintaan dan penawaran melalui media maya tersebut
- b. Permasalahana pilihan hukum serta permasalahan pembuktian
- c. Permasalahan keabsahan digital signature dan data *message*.

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

- a. *Legislation*

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

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

konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena telah ada batas-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

b. *Voluntary Self Regulation*

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

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

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

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

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

Pengaturan mengenai hukum tentang perlindungan konsumen memiliki tujuan antara lain:

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

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

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

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

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

C. Tinjauan Umum Tentang Penyelesaian Sengketa

Regulasi mengenai bentuk penyelesaian sengketa dalam Transaksi ECommerce diatur di dalam Pasal 72 Ayat (1) PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang menyatakan bahwa

dalam hal terjadi sengketa, para pihak dapat menyelesaikannya melalui jalur di luar pengadilan ataupun melalui jalur pengadilan.³⁵ Adapun penyelesaian sengketa transaksi *E-commerce* tersebut antara lain:

1. Penyelesaian Sengketa Konsumen Luar Pengadilan

- a. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa

Penyelesaian sengketa konsumen tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh pihak yang bersengketa, yaitu pelaku usaha dan konsumen, tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen, dan sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen.³⁶

- b. Penyelesaian Sengketa Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memiliki tugas dan wewenang yaitu melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi, konsiliasi dan arbitrase.³⁷ Untuk memberikan kesempatan bagi

³⁵Pusat Pelayanan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, “Ketentuan Pengaduan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia”, <https://pelayanan.ylki.or.id/>, diakses pada 14 januari 2022 pkl. 14.00 WIB.

³⁶ Susanti Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa E-commerce Ditinjau Dari Hukum Acara Dan Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2008, hal. 99.

³⁷ *Ibid.*

tercapainya penyelesaian sengketa yang menghasilkan keputusan yang dapat diterima dan memuaskan semua pihak.

2. Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Proses Pengadilan atau Litigasi

Penyelesaian sengketa melalui proses pengadilan atau litigasi dilaksanakan oleh pengadilan dengan putusan yang bersifat mengikat. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan dimungkinkan terjadi apabila:³⁸

- a. Para pihak belum memilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, atau
- b. Upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

D. Tinjauan Umum Transaksi Elektronik (*E-commerce*) Menurut Hukum Islam

Budaya yang telah melekat pada masyarakat Indonesia terkait dengan transaksi jual beli yaitu dimana setiap orang saling bertemu dengan bertatap muka antara penjual dan pembeli serta mengunjungi tokonya langsung. Transaksi jual beli merupakan bentuk dari kegiatan ekonomi manusia dan merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam.

³⁸ Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2017, hal. 234.

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

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”³⁹

³⁹<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275>, diakses pada tanggal 17 Januari 2022 Pukul 19:00 WIB

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



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

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁴⁰

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

⁴⁰<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>, diakses pada tanggal 17 Januari 2022 Pukul 20:05

langsung. Prosedur jual beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya tanpa harus bertatap muka antara para pihak. Bilamana ditinjau menurut perspektif hukum Islam, sesungguhnya jual beli secara *online* diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman, monopoli dan penipuan atau sesuai sebagaimana rukun jual beli dan syarat-syaratnya menurut Islam. Adapun rukun jual beli menurut Islam yaitu :⁴¹

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

Sedangkan itu untuk syarat –syarat jual beli *online* diperbolehkan jika :⁴²

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

⁴¹Diyda Puji Lestari, *Skripsi : Aspek Perlindungan Hukum Jual Beli ONLINE SHOP*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, 2014, hal 34.

⁴²*Ibid*, hal. 35.

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

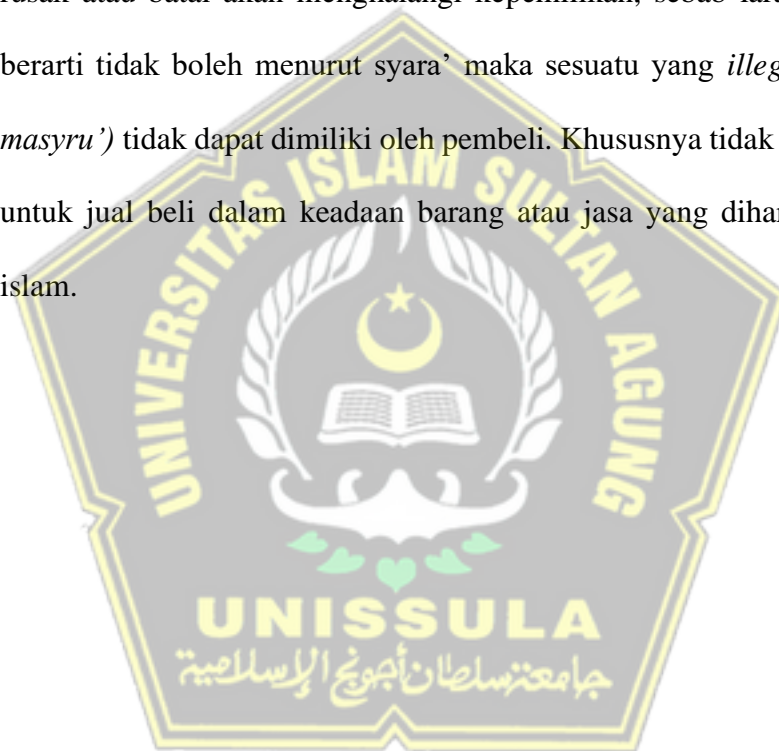
Selain didasarkan pada Al-Qur'an yang mana bahwasannya transaksi jual beli secara melalui *E-commerce* merupakan suatu hal yang diperbolehkan, ini juga sebagaimana kaidah fiqh, yaitu "*al-hukmu 'alasy syai' far'un 'an tashuwwurihi*" yaitu 'penilaian hukum terhadap suatu masalah berangkat dari gambaran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

Jika dilihat dari sistem operasionalnya, maka *e-commerce* menurut kacamata fiqh kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (wasilah) yang dalam kaidah syari'ah bersifat fleksibel, dinamis, dan variable. Hal ini termasuk unmuriddunya (persoalan teknis keduniawian) yang Rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor syari'ah kepada umat islam untuk menguasai dan memanfaatkan demi kemakmuran bersama.⁴³ Menurut kaidah fiqh sebagaimana dikemukakan oleh Wahbah Zuhaili bahwa prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syari'ah atau bertentangan dengan dalil.

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

⁴³Nadya Ghina Luzuma, *Skripsi : Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online (E-commerce)*, Fakultas Hukum UNISSULA, Semarang, hal. 42.

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



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Upaya Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Antara Konsumen Pengguna Transaksi Elektronik (*E-Commerce*) Dengan *Marketplace* Shopee

Perdagangan dewasa ini sangat pesat kemajuannya, perkembangan tersebut tidak hanya pada apa yang diperdagangkan tetapi juga pada tata cara dari perdagangan itu sendiri. Semakin pesatnya kemajuan teknologi sangat membantu masyarakat dalam menentukan suatu cara dalam melakukan transaksi dalam jual beli agar lebih mudah karena dimanapun dan kapanpun tetap dapat melakukan transaksi, kecanggihan teknologi ini tidak dapat dipungkiri telah banyak membantu dalam kegiatan jual beli *online*.⁴⁴ Memang sangat perlu untuk menyadari bilamana perdagangan online itu bukan hanya sekedar memberi manfaat untuk pembeli, tapi juga memberikan dampak positif kepada penjual saat menjual produk mereka lalu kemudian berdampak ke pemangkasan waktu dan biaya.⁴⁵

Adanya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia tentu saja dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakatnya. Di mana dulu mereka berbelanja menggunakan metode dengan sistem belanja konvensional atau bertemu secara langsung

⁴⁴Rafni Suryaningsih Harun, *Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online*, Jurnal Legalitas, Fakultas Hukum Universitas Gorontalo, Vol. 12 No. 2.

⁴⁵Bagus Reyaldy Hasandinata, *Penerapan Asas Keseimbangan Dalam Perjanjian Jual Beli Online (E-commerce)*, Fakultas Hukum Universitas Udayana, Vol 7 No 6 (2019).

antara penjual dengan pembeli, dengan berjalannya waktu jual beli dengan metode konvensional sekarang sudah berubah menjadi sistem jual beli dengan menggunakan perangkat internet atau online meskipun tidak semuanya masyarakat telah menggunakannya. Selain gaya hidup masyarakat yang berubah, tentu saja salah satu faktor pendukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia di pengaruhi oleh banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet, di mana jumlah pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini sebagaimana juga dari data yang dihimpun oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia) dan polling Indonesia, pada 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,26 Juta masyarakat yang menggunakan internet. Dan di tahun 2018 bertambah 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan internet. Artinya penetrasi pengguna internet di tanah air meningkat menjadi 64,8 % dari total penduduk yang mencapai 264,16 juta jiwa.⁴⁶

Tingginya tingkat pengguna internet di Indonesia menunjukkan bilamana memang hampir seluruh masyarakat Indonesia telah menjadi pengguna internet. Meningkatnya pengguna internet ini tentunya sejalan dengan perkembangan *marketplace* yang ada di Indonesia. Sebagaimana yang kita ketahui, saat ini di Indonesia telah berkembang berbagai macam *marketplace*

⁴⁶<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/penggunainternet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>. diakses pada 18 Januari 2022.

yang menawarkan berbagai macam kemudahan dan promo-promo yang tentunya sangat menarik. Sebagai contohnya adalah shopee, PT. Shopee merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *website* serta aplikasi *e-commerce* secara online. Shopee merupakan *e-commerce* yang menawarkan berbagai produk barang yang ditawarkan seperti pakaian wanita, pakaian pria, barang elektronik, hingga alat rumah tangga. Shopee menawarkan berbagai macam produk kebutuhan wanita dan pria yang sesuai dengan gaya fashion di Indonesia. Hal yang menarik dari shopee yakni barang yang di tawarkan merupakan barang yang sedang trend saat ini, sehingga shopee selalu mengikuti gaya fashion pria dan wanita yang semakin modern. Barang yang ditawarkan seperti, pakaian wanita, pakaian pria, alat elektronik, perlengkapan rumah tangga hingga kebutuhan olahraga, makanan minuman, voucher, perlengkapan bayi, serba-serbi.

Adanya berbagai penawaran yang sangat lengkap pada *marketplace* shopee secara tidak langsung membuat shopee menjadi *marketplace* yang memiliki pengguna cukup banyak. Banyaknya pengguna yang menggunakan shopee membuat kemungkinan untuk terjadi kesalahan dalam proses transaksi pada *marketplace* shopee terjadi kesalahan. Sehingga dalam hal ini perlu disadari bilamana instrumen perlindungan hukum untuk ditegakkan guna melindungi kedua belah pihak baik penjual atau konsumen yang terlibat dalam transaksi yang dilakukan melalui *marketplace* secara online. Tetapi biasanya jika kita melihat kegiatan transaksi yang dilakukan oleh seseorang melalui

marketplace, kebanyakan kerugian itu biasanya diderita oleh konsumen. Maka dari itu instrumen hukum yang sangat penting yaitu terkait dengan perlindungan terhadap konsumen.

Pada dasarnya instrumen perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu (Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan sebagainya) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi atau isi perjanjian antara konsumen dan produsen, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.⁴⁷

Diantara kedua bentuk perlindungan hukum di atas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan (regulasi) merupakan instrumen/sarana yang paling efektif digunakan mengingat ketentuan perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat perjanjian serta pemerintah melalui perangkatnya dapat memaksakan pemberlakuan undang-undang tersebut. Pemberlakuan hukum di bidang *e-commerce* dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet, sebenarnya sudah ada sejak tahun 2008

⁴⁷Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi perdagangan melalui media electronic commerce*, Jakarta, Ellips Media, 2009, hal. 61.

dengan dikeluarkannya peraturan perundang-undangan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), dengan dasar pertimbangan bahwa pembangunan nasional adalah suatu proses yang berkelanjutan yang harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat.

Merujuk kembali terkait dengan *marketplace* Shopee, dimana Shopee merupakan *marketplace* yang menghubungkan antara penjual dengan pembeli yang mana yaitu merupakan konsumen untuk menemukan barang yang diinginkannya. Proses bertemunya antara penjual dan pembeli atau yang disebut juga melalui sebuah *marketplace* disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* itu merupakan kegiatan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya. Maka dari itu, kegiatan di bidang *e-commerce* ini memiliki aturan hukum yang mana yaitu merupakan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE). Dalam Pasal 1 butir 2 UUITE, disebutkan bahwa Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik (*e-commerce*) merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut. Kontrak elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.

Dalam transaksi *e-commerce* melalui suatu *marketplace*, memungkinkan untuk terjadi berbagai bentuk kecurangan atau bentuk-bentuk daripada wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha atau penjual dalam transaksi melalui *marketplace* tersebut yang mana merupakan salah satu alasan mengapa wanprestasi menjadi suatu yang penting untuk dilakukan penyelesaian dalam suatu transaksi melalui *marketplace*. Dimana sering ditemukan dalam transaksi jual beli *online* adalah barang yang tidak sesuai dengan ketentuan, barang tidak dapat dikembalikan jika terdapat kerusakan.

Sebelum masuk dalam pembahasan terkait tentang bagaimana penyelesaian atas wanprestasi dalam transaksi yang terjadi melalui suatu *marketplace*. Maka perlu diketahui terlebih dahulu bilamana Terjadinya gugatan wanprestasi tentu saja berangkat dari adanya suatu hubungan hukum kontraktual (perjanjian) antara para pihak, sehingga melahirkan hak dan kewajiban hukum bagi para pihak yang melakukan perjanjian. Di mana hak dan kewajiban di sini diwujudkan dengan apa yang disebut sebagai prestasi. Pada saat prestasi tidak dipenuhi atau tidak dilaksanakan atau dilaksanakan tidak sebagaimana mestinya menurut perjanjian yang disepakati oleh para pihak, maka lahir apa yang dinamakan wanprestasi (cidera janji). Terkait dengan Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji itu dapat terjadi baik dikarenakan dengan sengaja maupun tidak disengaja. Pada transaksi jual beli melalui *e-commerce*, kemungkinan untuk terjadinya wanprestasi dapat dikatakan cukup besar maka sesungguhnya sangat diperlukan kesadaran kedua

belah pihak yaitu penjual dan pembeli untuk memenuhi hak dan kewajiban masing-masing yaitu dalam hal ini berupa pemenuhan prestasi.

Suatu hal dapat dikatakan wanprestasi, bilamana tidak adanya pemenuhan prestasi. Prestasi merupakan suatu yang wajib dipenuhi oleh setiap dalam setiap perikatan karena prestasi sama dengan objek perikatan. Menurut Pasal 1234 KUHPerdara wujud prestasi ada tiga, yaitu :

1. Memberikan sesuatu
2. Berbuat sesuatu
3. Tidak berbuat sesuatu

Untuk kasus kerugian terhadap konsumen transaksi jual beli online yang disebabkan oleh penjual, apabila timbul sebuah permasalahan dan ada tujuan untuk melakukan sebuah gugatan, akan lebih tepat bila didasarkan atas gugatan wanprestasi. Karena berangkat dari sebuah perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli, sehingga dengan merujuk pada kewajiban-kewajiban pelaku usaha dalam kontrak elektronik yang telah dilanggar dan karenanya menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

Pada dasarnya upaya-upaya penyelesaian sengketa atas wanprestasi dalam hal ini terbagi menjadi 2 yaitu melalui jalur litigasi dan non litigasi. Dimana penyelesaian sengketa melalui litigasi dilakukan di pengadilan sedangkan non litigasi dilakukan di luar pengadilan. Perlu diketahui bilamana Dalam proses penyelesaian sengketa melalui litigasi merupakan sarana terakhir (*ultimum*

remidium) bagi para pihak yang bersengketa setelah proses penyelesaian melalui non litigasi tidak membuahkan hasil.

Suatu transaksi *e-commerce* yang dilakukan melalui sebuah *marketplace* memang sangat perlu adanya kesadaran dari kedua belah pihak agar tidak terjadi wanprestasi. Agar tidak terjadi wanprestasi maka harus dilakukan pemenuhan prestasi. Terkait dengan pemenuhan prestasi tersebut, pemenuhan prestasi tersebut yang berkaitan dengan jual beli yaitu dalam bentuk memberikan sesuatu. Dimana bila penjual tidak menyerahkan barang dan pembeli tidak menyerahkan uang pembayaran maka hal tersebut akan menimbulkan wanprestasi. Berikut merupakan bentuk-bentuk daripada wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha atau penjual dalam transaksi melalui *e-commerce* antara lain:⁴⁸

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan Dalam transaksi *e-commerce*, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram dan menanggung cacat-cacat tersembunyi. Jika penjual tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, maka penjual dapat dikatakan wanprestasi.

⁴⁸ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hal 229.

2. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan pada bentuk ini penjual benar telah menyerahkan barang yang dijual belikan tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan.
3. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat Maksudnya jika barang pesanan datang terlambat tapi tetap dapat dipergunakan maka hal ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat, jika prestasinya tidak dapat dipergunakan lagi maka digolongkan sebagai tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan, yakni seperti pada bentuk yang pertama.
4. Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya untuk wanprestasi yang terakhir ini, contohnya penjual yang berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada umum identitas dan data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

Selain dapat diselesaikan dengan menggunakan penyelesaian secara perdata, pelanggaran dalam transaksi elektronik yang mengandung unsur pidana seperti penipuan, penggelapan atau pembobolan akun. Juga dapat diproses secara pidana, sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 19 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa

“Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan”

Meskipun suatu transaksi yang dilakukan melalui *marketplace* dapat dikatakan dilindungi oleh instrument hukum berupa Undang-Undang Informasi dan

Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tetapi, tetap saja kecurangan dalam transaksi elektronik yang dilakukan melalui suatu *marketplace* dapat terjadi.

Merujuk kembali pada *marketplace* shopee, dimana pada penelitian ini analisis mengenai penyelesaian sengketa antara konsumen pengguna *e-commerce* dengan *marketplace* shopee jika terjadi wanprestasi didasarkan pada keluhan konsumen yang mana disini narasumbernya merupakan seorang mahasiswa, ibu rumah tangga, dan wiraswasta. Dimana hasil wawancara yang dilakukan terhadap narasumber adalah sebagai berikut :

No	Narasumber	Profesi	Hasil Wawancara
1.	Widhi	Mahasiswa	“Saya sudah beberapa kali pesan barang, barang yang sampai ke tempat saya tidak sesuai dengan deskripsi produknya dan saat melakukan komplain ke penjual tidak mendapat respon sama sekali.” ⁴⁹
2.	Sutinah	Ibu Rumah Tangga	“Ketika saya menggunakan shopee kendala utamanya yaitu terkait dengan pengajuan ganti kerugian saat terdapat barang yang tidak sesuai dengan yang saya inginkan. Dimana prosesnya ganti kerugiannya terlalu berbelit belit dan lama.” ⁵⁰

⁴⁹Widhi, Mahasiswa, Wawancara Tanggal 15 Januari 2022

⁵⁰Sutinah, Ibu Rumah Tangga, Wawancara Tanggal 12 Januari 2022

3.	Rahmanda	Wiraswasta	<p>“Saat berbelanja di shopee pernah terkendala terkait proses pengiriman, ketidaksesuaian <i>report</i> dan kondisi barang saat ini jadi membuat saya bingung dan was was barang hilang atau bagaimana. Dan saat barang sudah sampai ternyata terjadi kerusakan barang yang tidak dapat saya retur karena bukan kesalahan dari penjual.”⁵¹</p>
4.	Bagas	Karyawan Swasta	<p>“Saya cukup lama menggunakan Shopee, ada satu kejadian dimana saya memesan beberapa barang dalam satu toko namun terjadi kesalahan warna barang pada salah satu pesanan saya karna proses pengajuan berbelit-belit maka saya biarkan saja karna tidak ingin ambil pusing.”⁵²</p>
5.	Probo	Aparatur Sipil Negara	<p>“Saya pernah memiliki pengalaman yang mengecewakan dalam belanja di Shopee, dimana saya membeli <i>body lotion</i> kemudian saat barang tersebut sampai kardus pengemasannya basah. Pada saat dibuka ternyata <i>body lotion</i> tersebut tumpah dan isinya tersisa $\frac{3}{4}$ bagian. Dari hal tersebut saya memberitahukan kepada penjual</p>

⁵¹Rahmanda, Wiraswasta, Wawancara Tanggal 10 Januari 2022

⁵²Bagas, Karyawan Swasta, Wawancara Tanggal 08 Februari 2022

			dengan respon meminta maaf dan akan memperbaiki untuk kedepannya. Di pembelian kedua pada toko yang sama pengemasan dilakukan dengan lebih hati-hati dan tidak tumpah.” ⁵³
--	--	--	---

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat dilihat bahwa masih banyak konsumen shopee yang merasa tidak puas dalam melakukan jual beli di shopee. Padahal shopee telah menjamin kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di platform shopee dengan menyediakan layanan pengembalian produk sesuai dengan persyaratan yang tertera dalam aplikasi tersebut. Sebagaimana yang dalam UU ITE Pasal 18 ayat 1 UU ITE yang berbunyi “Transaksi elektronik yang dituangkan kedalam kontrak elektronik mengikat para pihak”.

Berkaitan dengan hal itu, pihak yang dimaksud dalam hal ini ialah pihak yang melakukan perjanjian dan pihak-pihak yang menyetujui isi dari perjanjian tersebut. Sehingga, yang seharusnya ada dan turut serta harus patuh dan tunduk terhadap transaksi elektronik yang dituangkan kedalam kontrak elektronik, yakni pembeli (buyer), penjual (seller), dan website online. Apabila hal tersebut dikaitkan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan maka penyelesaian sengketa antara antara konsumen pengguna *e-commerce* dengan *marketplace* shopee jika terjadi wanprestasi tidak diselesaikan melalui jalur

⁵³Probo, Aparatur Sipil Negara, Wawancara Tanggal 08 Februari 2022

litigasi melainkan diselesaikan secara non litigasi. Bilamana merujuk pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena pada hakikatnya pembeli itu merupakan konsumen yang diberikan perlindungan hukum. Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

1. Litigasi

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

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

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

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

2. Non Litigasi

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

Namun, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan meskipun penyelesaian sengketa konsumen shopee tersebut, diselesaikan secara baik-baik tanpa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Karena dalam hal tersebut shopee memberikan pertanggung jawabannya sebagai *marketplace*. Dimana dalam hal ini pertanggung jawaban shopee sebagai *marketplace* mencakup .⁵⁴

⁵⁴<https://shopee.co.id/docs/3613>, diakses pada 20 Januari 2022, pukul 18:30.

1. Memberikan pengawasan terhadap semua jenis transaksi yang dilakukan oleh pengguna dalam hal ini dengan pihak yang melakukan transaksi jual beli online melalui shopee. Pihak-pihak yang dimaksud dalam transaksi serta melakukan perjanjian dan menyetujui isi dari perjanjian ialah penjual dan pembeli.
2. Sebagai regulator yang mengatur proses transaksi tersebut berjalan dengan baik, serta regulator yang mengimplementasikan variasi tindakan keamanan untuk menjaga keselamatan data pribadi para pihak. Misalnya regulasi dalam menyampaikan transaksi yang terindikasi merugikan salah satu pihak atau wanprestasi. Langkah yang kemudian harus dibuktikan apabila terjadi wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum, dalam transaksi jual beli online yang mengakibatkan kerugian terhadap para pihak ialah adanya aduan atau laporan dari konsumen maupun pelaku usaha yang menjadikan dasar bagi shopee untuk melakukan jaminan perlindungan terhadap hak dan kewajiban mereka.
3. Memberikan pilihan hukum terhadap penyelesaian kasus antara penjual dan pembeli. Terhadap penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Shopee memberikan pilihan penyelesaian kasus yang mereka hadapi. Pilihan penyelesaian kasus melalui jalur non litigasi maupun litigasi, dalam hal pembeli telah memulai tindakan hukum terhadap penjual, maka kewenangan sepenuhnya kembali kepada konsumen untuk mencabut atau meneruskan. Dan dalam hal ini pembeli dapat memberikan

pemberitahuan formal dari pihak yang berwenang kepada shopee untuk meminta shopee memberikan data ataupun hal lain yang berkaitan dengan kasus yang mereka hadapi. Dan atas kebijakannya sendiri yang mutlak, shopee akan menetapkan apakah perlu untuk memberikan data tersebut.

4. Pemblokiran terhadap akun yang terbukti melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Sebagai bentuk tanggung jawab shopee, pemblokiran terhadap akun memungkinkan akan dilakukan oleh shopee. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa barang yang mereka ajukan mematuhi semua Undang-Undang dan diizinkan untuk didaftarkan untuk dijual sesuai dengan ketentuan dan kebijakan.
5. Penahanan terhadap dana dan pengembalian dana. Adanya penahanan terhadap dana ataupun penahanan uang dalam transaksi jual beli online, di mana tidak langsung diteruskan kepada penjual, dimaksudkan dalam hal ini ialah menjamin akan transaksi yang dilakukan untuk menghindari para pelaku usaha yang melanggar atau mengabaikan hak konsumen.
6. Sarana atau media pelaporan. Jaminan perlindungan yang diberikan kepada pelaku usaha maupun pembeli, baik berupa penggantian barang atau pengembalian uang yang dilakukan oleh pihak shopee tentu berangkat dari adanya laporan yang disampaikan oleh para pihak melalui fasilitas aduan 24 (dua puluh empat) jam setiap harinya.
7. Permohonan pembatalan barang dan dana. Dalam hal permohonan pembatalan barang atau dana, shopee akan memberikan pertanggung

jawabannya dengan meninjau setiap permohonan Pembeli kasus per kasus dan, atas kebijakannya sendiri, menentukan apakah permohonan pembeli berhasil atau tidak.

8. Sebagai pusat resolusi. Shopee menyediakan sarana konsumen untuk melakukan tuntutan kepada penjual akan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian. shopee akan bertindak sebagai fasilitator melalui pencarian solusi, dan pengambilan keputusan akan laporan yang disampaikan oleh konsumen, baik itu wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum yang terjadi.

Adanya pertanggung jawaban yang dilakukan shopee sebagai *marketplace* pada perkembangannya saat ini, membuat transaksi *e-commerce* yang dilakukan melalui *marketplace* shopee rata-rata diselesaikan pribadi antara penjual dan pembeli secara pribadi meskipun dalam proses ganti ruginya tentu terdapat hambatan-hambatan tetapi pada akhirnya dapat diselesaikan secara pribadi antara pihak penjual dan pembeli yang melakukan transaksi *e-commerce*. Hal ini juga disebabkan karena Shopee telah memberikan batasan-batasan penting sebagaimana hal-hal tersebut yang memberatkan kedua belah pihak.

B. Hambatan Konsumen Yang Mengalami Wanprestasi Dalam Pengajuan Ganti Rugi Terhadap Marketplace Shopee Dan Solusinya

Kegiatan jual beli secara online pada saat ini memiliki peranan yang cukup besar dalam kehidupan sehari-hari baik untuk penjual maupun pembeli.

Giatnya pelaksanaan jual beli secara online bagi penjual mendorong penjual untuk selalu kreatif dan inovatif untuk memasarkan produk yang dijualnya. Selain itu, jangkauan untuk pemasaran produknya juga menjadi lebih luas karena dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Pelaksanaan jual beli secara online juga menguntungkan bagi pembeli atau konsumen. Konsumen dapat mencari dan memperoleh produk yang diinginkan dengan mudah dan tidak menyita waktu yang panjang. Terlebih pada situasi dan kondisi pandemi Covid 19 yang meresahkan masyarakat saat ini, kegiatan jual beli online dinilai cukup efektif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Berkembangnya masyarakat dan teknologi membuat kegiatan jual beli online dapat diakses dengan berbagai macam cara. Masyarakat dapat melakukan transaksi jual beli online pada website, sosial media dan juga terdapat wadah untuk kegiatan jual beli online yang biasa dikenal dengan *marketplace*.

Penggunaan *marketplace* semakin diminati masyarakat karena kepraktisan dan kemudahannya. Dengan hanya mengunduh aplikasi *marketplace* tersebut, masyarakat dapat bebas memilih produk yang dibutuhkannya dengan berbagai macam pilihan dan kemudahan proses pembayarannya. *Marketplace* pun kini semakin berkembang dengan berbagai macam pilihan. Salah satu *marketplace* yang sangat diminati masyarakat dan hingga saat ini popularitasnya berkembang dengan sangat pesat ialah *marketplace* Shopee.

Transaksi jual beli secara online seperti yang diketahui memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, namun disisi lain konsumen masih seringkali mengalami masalah dalam melakukan transaksi jual beli online. Bentuk pelanggaran hak atau wanprestasi yang dialami konsumen sebagai pengguna layanan *marketplace* Shopee secara umum dapat dijelaskan sebagai berikut:⁵⁵

1. Konsumen Tidak Menerima Barang Sesuai Dengan Yang Dipesan

Pada prakteknya seringkali dijumpai konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan barang yang dipesan, hal ini merupakan salah satu kelemahan dari melakukan kegiatan jual beli online dimana konsumen tidak dapat melihat secara langsung barang yang akan dibelinya. Barang dibeli berdasarkan gambar produk dan deskripsi produk yang disajikan oleh penjual, dalam hal ini seringkali gambar dan deskripsi produk tidak sesuai dengan barang aslinya.

Pada kasus demikian Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen telah menjamin hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, telah terdapat jaminan hukum untuk melindungi hak konsumen yang tidak menerima barang sesuai dengan pesanan akibat informasi dari penjual yang tidak sesuai dengan barang yang dijualnya.

⁵⁵ Mutia Wardani, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik", Jurnal Notarius, Volume 13 No.2, Februari 2020, hal. 854-856.

Berdasarkan pada pengalaman penggunaan Shopee yang dilakukan terhadap lima orang responden dalam penelitian ini, terdapat tiga orang dari lima responden yang pernah mengalami kejadian menerima barang yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan. Hal tersebut dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan Shopee terlebih proses pengajuan yang berbelit-belit apabila konsumen ingin mengajukan ganti rugi.

2. Kondisi Barang Dalam Keadaan Cacat atau Rusak

Konsumen yang menerima barang dalam keadaan cacat atau rusak ataupun konsumen yang menerima barang dengan baik menggambarkan bahwa keadaan barang merupakan hal penting yang menjadi perhatian bagi para konsumen. Keadaan barang yang diterima oleh konsumen menjadi hal yang penting dimana barang merupakan objek dari suatu jual beli yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan konsumen. Sehingga apabila konsumen menerima barang yang cacat atau rusak akan mengakibatkan konsumen mengalami kerugian.

Hal tersebut telah diatur dalam pasal 4 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/atau jasa. Mengenai kenyamanan, keamanan, dan keselamatan bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli merasakan diberikan jaminan dengan adanya ketentuan tersebut.

Berdasarkan pada pengalaman penggunaan Shopee yang dilakukan terhadap lima orang responden dalam penelitian ini, terdapat satu orang dari lima responden yang pernah mengalami kejadian menerima barang yang rusak atau cacat pada saat barang sampai ke pelanggan. Dalam hal ini dari pihak penjual harus lebih meningkatkan kualitas pengemasan barang dan dari pihak kurir harus lebih berhati-hati dalam melakukan pengiriman. Kejadian seperti ini dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan karena hal tersebut sudah pasti menimbulkan kerugian untuk konsumen.

3. Keterlambatan Pengiriman Oleh Pelaku Usaha

Salah satu faktor penting dalam transaksi *E-commerce* adalah pengiriman oleh pelaku usaha, di mana ketepatan pengiriman merupakan kepuasan bagi pelanggan. Jaminan yang didapatkan oleh konsumen merupakan kesepakatan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen di mana hal tersebut merupakan hak konsumen.

Berdasarkan pada pengalaman penggunaan Shopee yang dilakukan terhadap lima orang responden dalam penelitian ini, terdapat satu orang dari lima responden yang pernah mengalami kendala saat pengiriman barang. Dimana terdapat ketidaksesuaian pemberitahuan lokasi barang yang dipesan yang membuat konsumen was-was barang hilang atau hal yang lain. Terkait dengan hal tersebut dapat memengaruhi tingkat

kepuasaan konsumen dalam menggunakan Shopee, oleh karena itu Shopee harus selalu melakukan inovasi terbaik dan pembaharuan atas aplikasi yang diujikan demi kenyamanan konsumen saat berbelanja di Shopee.

Permasalahan yang timbul dalam kegiatan jual beli online dapat mengakibatkan adanya kerugian yang diderita oleh konsumen. Atas kerugian yang dideritanya konsumen berhak mendapatkan ganti rugi yang berdasarkan pada Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa:

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
- b. Ganti rugi sebagai mana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan

- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen

Merujuk pada ketentuan Pasal 19 ayat (2) tersebut ganti rugi dalam hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia dapat dilakukan dengan melalui empat bentuk, antara lain:⁵⁶

1. Pengembalian uang
2. Penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya
3. Perawatan kesehatan
4. Pemberian santunan

Mekanisme atau sarana pemberian ganti rugi yang diberlakukan oleh *marketplace* Shopee dilakukan dalam bentuk pengembalian dana atau penukaran barang.⁵⁷ Pemberian ganti rugi yang boleh diajukan pembeli hanya dapat dilakukan dalam keadaan tertentu, antara lain:⁵⁸

1. Barang belum diterima oleh pembeli
2. Barang tersebut cacat dan/atau rusak saat diterima
3. Penjual telah mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang disepakati (misalnya salah ukuran, warna, dsb) kepada pembeli

⁵⁶ Fabian Fadhly, "Ganti Rugi Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Produk Cacat", *Arena Hukum* 6 No. 2, 2013, hal. 250.

⁵⁷ Adis Nurhayati dan Antonio Rojali Ginting, "Analisis Mekanisme Ganti Rugi Pengembalian Dana Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen", *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, Vol. 15 No. 3, November 2021, hal. 519.

⁵⁸ Kebijakan Pengembalian Dana dan Barang, <https://shopee.co.id/>, diakses Pada 14 Januari 2021

4. Barang yang dikirimkan kepada pembeli secara material berbeda dari deskripsi yang diberikan oleh penjual dalam daftar barang
5. Melalui kesepakatan pribadi dengan penjual dan penjual harus mengirimkan konfirmasi kepada Shopee mengenai kesepakatan tersebut

Proses pengajuan ganti rugi kepada *marketplace* Shopee telah ditetapkan sedemikian rupa, namun dalam kenyataannya pengajuan ganti rugi tidak semudah apa yang diharapkan. Terdapat beberapa hal yang menjadi penghambat untuk konsumen mengajukan ganti rugi atas kerugian atau wanprestasi yang dialaminya. Penulis melakukan pengumpulan data atas kasus mengenai hambatan yang dialami oleh konsumen dalam proses pengajuan ganti rugi atas kerugian atau wanprestasi yang dialami konsumen pengguna *marketplace* Shopee, yang akan dijelaskan sebagai berikut:⁵⁹

Kasus ganti rugi atas permasalahan keaslian produk Artrivit (krim pemulihan sendi). Dalam kasus ini konsumen membeli produk Artrivit pada Shopee dengan berhati-hati terkait keaslian produk tersebut. Konsumen merasa bahwa produk tersebut asli dan layak untuk dibeli karena terdapat jaminan dari Shopee yang menyatakan bahwa produk tersebut original. Dalam hal keaslian produk pihak Shopee memang memberikan garansi berupa Shopee Garansi 100% Ori untuk produk original, Shopee memberikan jaminan pengembalian uang jika produk tersebut tidak original. Selain itu, foto dan deskripsi produk

⁵⁹ <https://mediakonsumen.com/2022/01/13/keluhan/kecewa-dan-dirugikan-oleh-penjual-dan-tim-mediasi-shopee-terkait-komplain-masalah-keaslian-produk>, diakses Pada 18 januari 2022 pkl. 17.00 WIB.

yang disajikan oleh penjual juga menggambarkan bahwa produk tersebut original.

Setelah produk tersebut datang, konsumen terkejut bahwa barang yang datang tidak sesuai dengan apa yang disajikan dalam foto dan deskripsi produk yang tertera pada Shopee. Saat produk tersebut digunakan, konsumen tidak merasakan adanya khasiat dari produk tersebut hanya krim yang wangi dan tidak ada efek apapun. Hal tersebut menguatkan keyakinan konsumen bahwa produk yang didapatkannya bukan merupakan produk original.

Konsumen kemudian mengajukan komplain atas ketidakaslian produk kepada toko yang menjual produk tersebut, namun pelaku usaha hanya memberi jawaban bahwa produk tersebut kemasan baru dan tidak menanggapi perihal keaslian produk tersebut. Konsumen kemudian mengambil langkah dengan melakukan pengajuan pengembalian atas produk yang tidak original tersebut kepada Shopee dengan melampirkan alasan pengembalian, foto dan keterangan.

Proses pengajuan pengembalian tidak berjalan semudah yang diharapkan karena konsumen memperoleh informasi “Maaf, Shopee tidak dapat memproses pengajuan ini. Mohon batalkan pengajuan dan coba lagi” yang mengakibatkan konsumen mencoba untuk melakukan pengajuan pengembalian sebanyak dua kali. Konsumen kemudian menghubungi *Customer Service Live Chat* Shopee terkait pelaporan kendala pengajuan kembali yang dialaminya yang kemudian

dihubungkan kepada tim mediasi Shopee di dalam ruang diskusi dengan waktu tunggu 1x24 jam.

Hasil daripada mediasi tersebut pengajuan kembali yang diajukan konsumen tidak dapat diterima oleh tim mediasi Shopee dan kasus tersebut dimenangkan oleh penjual. Hal ini dikarenakan menurut tim mediasi Shopee, konsumen tidak mengirimkan barang bukti atas kerugian atau wanprestasi berupa barang yang tidak original tersebut. Pemberitahuan pengiriman barang bukti muncul satu menit setelah pemberitahuan tim mediasi akan meninjau kasus tersebut.

Pada waktu tersebut pemberitahuan hanya melalui notifikasi Shopee dan tidak ada pemberitahuan lebih lanjut melalui email atau nomor konsumen. Tenggang waktu pengiriman barang bukti hanya satu hari dan pada waktu itu konsumen tidak memeriksa akun Shopee konsumen karena tidak ada notifikasi yang muncul pada telepon genggam konsumen. Atas kejadian tersebut konsumen merasa kecewa dan kepercayaan menggunakan *marketplace* Shopee menjadi pudar.

Dari kasus tersebut dapat ditarik hambatan yang dialami konsumen dalam proses pengajuan ganti rugi atas kerugian atau wanprestrasi yang dialami konsumen, antara lain:

1. Tahapan pengajuan ganti rugi terlalu panjang

Dalam proses pengajuan ganti rugi kepada Shopee tidak semudah yang dibayangkan. Proses ganti rugi kepada Shopee tidak serta merta akan

dapat disetujui begitu saja. Seringkali konsumen mengalami proses pengajuan ganti rugi tidak diterima oleh Shopee yang mengakibatkan konsumen harus melakukan pengulangan pengajuan ganti rugi tersebut.

Serangkaian tahapan dari proses pengajuan ganti rugi pun dapat terbilang berbelit-belit dan tidak segera diproses. Konsumen harus aktif mencari informasi kepada customer service dari Shopee yang kemudian baru lah akan dialihkan ke ruang diskusi dan akan ditanggapi oleh tim mediasi dari Shopee.

2. Tenggang waktu proses pengajuan ganti rugi terlalu singkat

Waktu pengajuan ganti rugi bagi konsumen diawali dengan pengembalian produk yang tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Konsumen memberikan keluhan atas ketidaksesuaian barang yang didapatkannya kepada penjual lalu mengajukan pengembalian barang kepada pihak Shopee. Pengembalian barang dilakukan apabila barang tersebut memang terbukti tidak sesuai dan disetujui oleh pihak Shopee.

Dalam proses tersebut konsumen diharuskan mengirimkan barang bukti kepada tim mediasi Shopee melalui ruang diskusi yang mana hanya diberikan tenggang waktu 1x24 jam. Apabila telah disetujui maka konsumen melakukan pengembalian barang tersebut dengan jangka waktu lima hari, jika dalam jangka waktu lima hari tersebut konsumen tidak

mengirimkan barang maka pengajuan pengembalian akan dibatalkan dan dimenangkan oleh penjual.⁶⁰

3. Tidak ada pemberitahuan kepada konsumen secara langsung

Pada proses pengajuan ganti rugi kepada Shopee pemberitahuan pada setiap tahapannya hanya diberitahukan melalui akun Shopee konsumen saja. Dalam hal ini untuk mengantisipasi adanya kerugian kepada salah satu pihak sebaiknya pemberitahuan diberikan juga secara langsung kepada konsumen yang dapat dilakukan melalui email atau nomor konsumen. Hal tersebut dikarenakan untukantisipasi jika pemberitahuan melalui Shopee saja tidak muncul pada telepon genggam konsumen.

Proses pengajuan ganti rugi tidak semudah apa yang dibayangkan, oleh karena itu solusi agar konsumen tidak mengalami wanprestasi, antara lain:

1. Adanya itikad baik

Pada dasarnya Shopee telah mencantumkan dalam syarat layanannya mengenai kewajiban konsumen yang berkesesuaian dengan pasal 5 huruf b UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Adapun isi ketentuan syarat layanan Shopee tersebut yaitu, Anda setuju untuk tidak menggunakan Layanan untuk sengaja atau tidak sengaja melanggar hukum, aturan, kode, arahan, pedoman, kebijakan atau peraturan setempat, negara bagian, nasional atau internasional yang berlaku termasuk, dengan

⁶⁰ <https://seller.shopee.co.id/>, diakses Pada 15 Januari 2022 pkl 18.30 WIB.

tidak terbatas pada, undang-undang dan persyaratan (baik yang berkekuatan hukum maupun tidak) yang berkaitan dengan anti pencucian uang atau anti terorisme.⁶¹

Berdasarkan hal tersebut sudah sepatutnya antara penjual dengan konsumen saling memiliki itikad baik untuk melakukan transaksi jual beli online. Itikad baik penjual dapat dilakukan dengan cara jujur atas produk yang diperjualkan yaitu adanya kesamaan antara foto produk dan deskripsi produk dengan produk yang nantinya akan diterima oleh konsumen. Begitu pula dengan konsumen memiliki itikad baik yang diimplementasikan dalam hal melakukan pembayaran sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan adanya itikad baik tersebut dapat meminimalisir adanya kerugian atau wanprestasi yang diderita oleh salah satu pihak.

2. Bijak dalam melakukan transaksi jual beli online

Sikap bijak sangat diperlukan untuk konsumen dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Dalam menggunakan *marketplace* Shopee konsumen harus berhati-hati dengan membaca ketentuan yang berlaku pada *marketplace* tersebut. Shopee akan memberikan syarat dan ketentuan yang mana dibutuhkan persetujuan dari konsumen untuk dapat diproses yang kemudian dapat diakses oleh konsumen.⁶²

⁶¹Tim Shopee, “Syarat Layanan Shopee”, <https://shopee.co.id/>, diakses pada 16 Januari 2022 pkl. 13.00 WIB.

⁶²<https://shopee.co.id/>, diakses pada 16 Januari 2022 16.00 WIB.

Dengan menekan tombol setuju maka konsumen dianggap telah memahami dan setuju terhadap syarat dan ketentuan yang berlaku pada *marketplace* Shopee. Oleh karena itu konsumen harus betul-betul memahami isi dari syarat dan ketentuan tersebut agar nantinya tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Dalam melakukan pemesanan barang konsumen perlu untuk teliti dengan barang yang akan dipesan. Untuk meminimalisir kemungkinan ketidaksesuaian barang, konsumen perlu untuk membuat video pada saat pembukaan paket barang yang datang. Hal tersebut akan menjadi barang bukti jika barang tidak sesuai untuk kemudian diproses dalam pengajuan pengembalian sebagai ganti rugi.

3. Menulis pada surat pembaca

Langkah ini dapat dilakukan apabila konsumen telah mengalami pelanggaran hak atau wanprestasi dalam melakukan kegiatan jual beli online. Menulis pada surat pembaca terkait pengalaman buruk konsumen dapat memberikan edukasi kepada konsumen lain supaya tidak mengalami kejadian yang serupa. Dalam merespon dugaan praktik pelanggaran hak-hak konsumen, hal sederhana yang dapat dilakukan konsumen adalah memublikasikan pengalaman buruk sebagai konsumen melalui surat pembaca di media massa (cetak).

Cara ini digunakan tingkat penyelesaian masalah rendah, karena sangat tergantung sejauh mana tingkat responsibilitas dari pelaku usaha

yang diadakan. Bagi pelaku usaha yang peduli terhadap nama baik dan menjaga citra perusahaan, sepanjang identitas konsumen jelas dan didukung data pengaduan lengkap, akan direspon pelaku usaha.⁶³ Meskipun demikian cara ini cukup efektif karena dapat mengedukasi konsumen lain agar dapat berhati-hati berdasarkan pengalaman buruk pribadi. Sebagai catatan, cara ini disarankan setelah konsumen mengadu ke pelaku usaha. tetapi tidak ada respon atau ada respon, tetapi jawaban pelaku usaha tidak mencerminkan pelaku usaha yang bertanggung jawab dan menghargai hak-hak konsumen.



⁶³ Publikasi Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, “*Bagaimana Menyampaikan Pengaduan Konsumen*”, <https://ylki.or.id/>, diakses Pada 15 Januari 2022 pkl 19.00 WIB.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan tersebut diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Upaya penyelesaian sengketa antara antara konsumen pengguna *e-commerce* dengan *marketplace* shopee jika terjadi wanprestasi terdapat dua cara yaitu melalui litigasi dan non litigasi. Untuk yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan kebanyakan merupakan kasus jual-beli yang dilakukan secara langsung atau dengan kata lain mempertemukan penjual dan pembeli. Sedangkan untuk non litigasi didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dimana melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja (contohnya : konsiliasi, mediasi, dan arbitrase). Kasus penyelesaian yang diselesaikan melalui non litigasi atau yang dalam hal ini melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai contohnya yaitu kebanyakan transaksi-transaksi jual beli *e-commerce* yang kerugian atas transaksi jual beli yang transaksi yang nilainya kecil. Namun, bilamana didasarkan pada hasil penelitian, penyelesaian sengketa konsumen yang terjadi pada

marketplace shopee diselesaikan secara pribadi antara penjual dan pembeli yang terlibat transaksi *e-commerce*. Hal ini disebabkan karena Shopee sebagai *marketplace* telah memberikan batasan-batasan penting sebagai bentuk pertanggung jawaban shopee atas posisinya sebagai *marketplace* yang mana memberatkan kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli.

2. Hambatan-hambatan yang dialami konsumen dalam pengajuan ganti rugi atas wanprestasi atau kerugian yang dialaminya dalam melakukan transaksi jual beli melalui *marketplace* Shopee, antara lain:

- a. Tahapan pengajuan ganti rugi terlalu panjang
- b. Tenggang waktu proses pengajuan ganti rugi terlalu singkat
- c. Tidak ada pemberitahuan kepada konsumen secara langsung

Terkait pengajuan ganti rugi berupa pengembalian barang dan pengembalian dana dapat dilakukan apabila barang tersebut memenuhi syarat dan disetujui oleh pihak Shopee melalui forum diskusi dengan melampirkan keluhan kerugian beserta barang bukti yang sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Dari hambatan-hambatan tersebut maka ada beberapa solusi yaitu :

- a. Adanya itikad baik, itikad baik antara penjual dengan pembeli untuk melakukan kegiatan jual beli agar tidak menimbulkan kerugian terhadap salah satu pihak.

- b. Bijak dalam melakukan kegiatan jual beli online, konsumen harus teliti dan lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian barang agar mendapatkan barang sesuai dengan apa yang dibutuhkan.
- c. Menulis pada surat pembaca, salah satu cara efektif jika telah mengalami wanprestasi guna memberikan edukasi terhadap konsumen lain agar tidak mengalami hal serupa.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan terkait hasil penelitian dan pembahasan tersebut yaitu:

1. Untuk Shopee

Penyelesaian sengketa antara konsumen pengguna *e-commerce* dengan *marketplace* shopee, rata-rata merupakan wanprestasi dengan nilai yang kecil. Sehingga dalam hal ini meskipun shopee telah memberikan batasan-batasan penting sebagai bentuk pertanggung jawaban shopee atas posisinya sebagai *marketplace* yang mana itu memberatkan kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli tetapi akan lebih baik jika shopee sebagai *marketplace* dapat memberikan peringatan kepada penjual untuk dapat memberikan ganti rugi dengan lebih cepat serta tidak berbelit belit.

2. Untuk Masyarakat

Masyarakat sebaiknya lebih jeli dalam memilih *marketplace* untuk melakukan transaksi jual beli *online*. Dimana harus memperhatikan juga

review dari konsumen lain yang telah melakukan transaksi melalui *marketplace* terkait.

3. Untuk Pemerintah

Pemerintah seharusnya lebih memperketat aturan terkait dengan pengajuan ganti rugi yang dialami konsumen serta selain itu juga menambahkan aturan bagi toko-toko yang berjualan melalui suatu *marketplace* agar *marketplace* juga memiliki kewajiban untuk membantu menyelesaikan permasalahan terkait barang yang dipesan konsumen dengan toko terkait.



DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Al-Qur'an dan Terjemahannya

B. Buku

- Abdul Halmim dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2017
- C.S.T. Kansil, 1989, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta
- Edmon Makarim, 2003, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung
- Irwansyah, 2020, *Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*, Yogyakarta, Mirra Buana Medi
- Johanes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Parahyangan, Bandung
- Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002
- Ninik Suparni, 2007, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Jakarta, Sinar Grafik
- Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001, *Mengenal E-commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Philipus M. Hadjon, 2011, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Satjipto Rahardjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Sri Hastirin dan Aryani Witasari, 2012, *Pengantar Hukum Indonesia*, (Semarang : Universitas Islam Sultan Agung Semarang PRESS)
- Subekti, 2014, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Susanti Nugroho, 2008, *Proses Penyelesaian Sengketa E-commerce Ditinjau Dari Hukum Acara Dan Implementasinya*, Kencana, Jakarta
- Wiwik Meilarati, 2017, *Aspek Hukum Penipuan Berbasis Internet*, Keni Media, Makassar

C. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata
 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif
 Penyelesaian Sengketa
 Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Kekuasaan Kehakiman
 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-
 Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi
 Elektronik
 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui
 Sistem Elektronik

D. Jurnal Ilmiah

Sri Anggraini Kusuma Dewi, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)*, Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIKA) Vol.9, No.2, Agustus 2015
 Yudha Sri Wulandari, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-commerce*, AJUDIKASI : Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018
 Rafni Suryaningsih Harun, *Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online*, Jurnal Legalitas, Fakultas Hukum Universitas Gorontalo, Vol. 12 No. 2
 Bagus Reyzaldy Hasandinata, *Penerapan Asas Keseimbangan Dalam Perjanjian Jual Beli Online (E-commerce)*, Fakultas Hukum Universitas Udayana, Vol 7 No 6 (2019)
 Mutia Wardani, *“Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik”*, Jurnal Notarius, Volume 13 No.2, Februari 2020
 Fabian Fadhly, *“Ganti Rugi Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Produk Cacat”*, Arena Hukum 6 No. 2, 2013
 Adis Nurhayati dan Antonio Rojali Ginting, *“Analisis Mekanisme Ganti Rugi Pengembalian Dana Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen”*, Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum, Vol. 15 No. 3, November 2021
 Henny Sri, *“Kecendrungan Isi Rubrik Surat Pembaca Di Harian Umum Pikiran Rakyat”*, Jurnal Visi Komunikasi, Volume 13 No.1, Mei 2014

E. Karya Tulis Ilmiah

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

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

F. Internet

- <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-marketplace/>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2021 Pukul 22:12 WIB.
- <https://islamiwiki.blogspot.com/>, diakses pada tanggal 16 Februari pukul 01:56 WIB.
- www.qonsumen.com, “*Berbelanja di Shopee*” diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 07:30 WIB.
- www.cnnindonesia.com, “*Shopee dan Lazada Angkat Suara soal penipuan Flash Sale*” diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 07:45 WIB.
- www.kompasiana.com, *Konsumen Shopee, “Kebijakan Toko Online Shopee.co.id yang merugikan konsumen”* diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 08:10 WIB.
- Journal.citandy.com, “*Kapok Belanja di Aplikasi Shopee dan menggunakan kartu kredit citibank*” diakses pada tanggal 02 Desember 2021 pukul 08:25 WIB.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Terminologi>, diakses pada tanggal 29 November 2021 Pukul 22:08 WIB.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/penyelesaian>, diakses pada 19 Oktober 2021 Pukul. 11.02 WIB.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/transaksi>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2021 Pkl. 11.09 WIB.
- <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-marketplace/>, diakses pada tanggal 19 Oktober 2021 Pkl. 11.15 WIB.
- Pengertian Wanprestasi, DPP Federasi Advokat Republik Indonesia, <http://www.dppferari.org/pengertian-bentuk-penyebab-dan-hukum-wanprestasi/>, diakses pada 20 Oktober 2021 Pkl. 22.01 WIB.
- Tentang Shopee, <https://careers.shopee.co.id/about>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2021 Pkl. 15.16 WIB.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/transaksi>, diakses pada tanggal 39 November 2021 Pkl. 10.30 WIB.
- Pusat Pelayanan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, “Ketentuan Pengaduan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia”, <https://pelayanan.ylki.or.id/>, diakses pada 14 Januari 2022 pkl. 14.00 WIB.
- <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-275>, diakses pada tanggal 17 Januari 2022 Pukul 19:00 WIB
- <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>, diakses pada tanggal 17 Januari 2022 Pukul 20:05 WIB

<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/penggunainternet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>. diakses pada 18 Januari 2022.
<https://shopee.co.id/docs/3613>, diakses pada 20 Januari 2022, pukul 18:30.
Kebijakan Pengembalian Dana dan Barang, <https://shopee.co.id/>, diakses Pada 14 Januari 2021
<https://mediakonsumen.com/2022/01/13/keluhan/kecewa-dan-dirugikan-oleh-penjual-dan-tim-mediiasi-shopee-terkait-komplain-masalah-keaslian-produk>, diakses Pada 18 januari 2022 pk1. 17.00 WIB.
<https://seller.shopee.co.id/>, diakses Pada 15 Januari 2022 pk1 18.30 WIB.
im Shopee, “Syarat Layanan Shopee”, <https://shopee.co.id/>, diakses pada 16 Januari 2022 pk1. 13.00 WIB.
<https://shopee.co.id/>, diakses pada 16 Januari 2022 16.00 WIB.

G. Wawancara

Widhi, Mahasiswa, Pengguna Shopee
Sutinah, Ibu Rumah Tangga, Pengguna Shopee
Rahmanda, Wiraswasta, Pengguna Shopee
Bagas, Karyawan Swasta, Pengguna Shopee
Probo, Aparatur Sipil Negara, Pengguna Shopee

