

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI
E-COMMERCE DI TOKOPEDIA**

Skripsi

Diajukan Untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Hukum
Program Kekhusuan Hukum Perdata



Diajukan oleh:
Faisal Sistyanda
30301800150

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

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI
E-COMMERCE DI TOKOPEDIA**



Diajukan oleh:
Faisal Sistyananda
30301800150

Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

Prof.Dr.Hj.Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum

NIK : 210 303 040

Tanggal,20 Februari 2022

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI
E-COMMERCE DI TOKOPEDIA**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Faisal Sistyananda

30301800150

Telah Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji

Pada tanggal 20 April 2022

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus

Tim Penguji

Ketua



Dr. Arpangi.,S.H., M.Hum

NIDN : 06-1106-6805

Anggota



Andri Winjaya Laksana., S.H.,M.H

NIDN : 06-2005-8302

Anggota

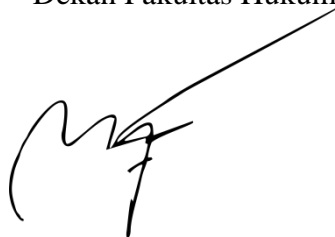


Prof.Dr.Hj.Anis Mashdurohatun.,S.H.,

M.Hum

NIDN : 06-2105-7002

Mengetahui
Dekan Fakultas Hukum



Dr. Bambang Tri Bawono.,S.H.,M.H

NIDN : 06-0707-7601

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faisal Sistyanda

NIM : 30301800150

Dengan ini Saya menyatakan bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul :

TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI E-COMMERCE DI TOKOPEDIA

Adalah hasil karya sendiri, judul tersebut belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I di Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) ataupun Universitas lain serta belum pernah ditulis maupun diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dirujuk dalam daftar pustaka. Karya tulis ilmiah ini adalah milik Saya, segala bentuk kesalahan dan kekeliruan dalam karya tulis ilmiah ini adalah milik Saya

Semarang, 20 Februari 2022



Faisal Sistyanda

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faisal Sistryananda

NIM : 30301800150

Fakultas : Hukum

Alamat asal : Plamongan Indah Blok E7 no 8, Batusari, Mranggen,
Kota Demak, Jawa Tengah, Indonesia

No HP/email : +62 813-9092-2070 / faisalnanda37@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya tulis ilmiah berupa skripsi dengan judul :

TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI E-COMMERCE DI TOKOPEDIA

Dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis serta 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

Semarang, 20 Februari 2022

Yang menyatakan,



Faisal Sistryananda

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap.” (Q.S. Al-Insyirah: 6-8)
- “Cukuplah Allah menjadi penolong kami, dan Allah adalah sebaik-baik pelindung.” (Q.S. Ali Imron : 173)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Siswanto dan Ibu Retnoningsih karena berkat doa restu mereka skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Teman-Teman saya yang senantiasa selalu support dan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan memberi saran dan semangat.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah *rabbil alamin* rasa syukur penulis persembahkan kepada Allah SWT atas kelimpahan rahmat, taufik serta hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan hukum (SKRIPSI) ini. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S-1 Fakultas Hukum Universitas

Islam Sultan Agung Semarang dengan judul: “**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI E-COMMERCE DI TOKOPEDIA**”.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud dan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, dan melalui kesempatan ini penulisa ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H, S.E,Akt., M.Hum, Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Dr. Bambang Tri Bawono.,S.H.,M.H, Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Dr. Widayati, SH.MH, Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Arpangi, SH.,MH, Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

5. Dr. Hj. Aryani Witasari, SH., M.Hum, Ketua Prodi Sarjana Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Prof. Dr. Anis Mashdurohatun, SH., M.Hum, Dosen Pembimbing yang telah sabar dan ikhlas meluangkan waktunya, membimbing dengan segala ilmu dan pengetahuan, sumbangn pemikiran, serta diskusi bermanfaat hingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Hukum dengan baik.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang selalu memberikan bimbingan serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh perkuliahan.
8. Segenap staff dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Agung Semarang yang telah memberikan pelayanan yang baik bagi penulis.
9. Orang Tua Penulis Bapak Siswanto dan Ibu Retnoningsih yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan, semangat dan menjadi motivasi terbesar bagi penulis dalam penulisan hukum ini mungkin tidak cukup untuk menebus semua itu tetapi ini merupakan salah satu balasan atas semua jasa bapak dan ibu.
10. Seluruh temen-temen mahasiswa S1-Hukum Universitas Sultan Agung Semarang yang selama ini turut berjuang secara bersama demi tercapainya cita-cita bersama.
11. Serta semua pihak yang mungkin luput untuk disebutkan namun tidak pernah lupa untuk mendoakan dan membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan hukum ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis dengan besar hati menerima kritik dan saran yang membangun agar penulisan hukum ini menjadi lebih baik dan bermanfaat lagi. Semoga penulisan hukum ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



ABSTRAK

Konsumen merupakan setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain. Sedangkan Perlindungan Konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Oleh karena itu Perlindungan hukum bagi konsumen diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis normatif dan yuridis empiris, dengan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif analisis. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia, apa kendala-kendala yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia dan solusinya. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia, untuk mengetahui kendala-kendala yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di tokopedia dan solusinya.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa Perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia dilakukan dengan cara memberikan kebebasan konsumen untuk mengajukan gugatan apabila pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) Pasal 1243 tentang Perbuatan Wanprestasi (ingkar janji), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) Pasal 1365-1366 tentang Perbuatan Melawan Hukum, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378 tentang Penipuan, kendala terhadap perlindungan hukum pada konsumen yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia antara lain di disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia baik customer service dan tenaga ahli seperti HRD, IT, Marketing dan lain sebagainya, server yang terkadang down mengakibatkan konsumen Tokopedia terganggu, miskomunikasi antara customer service dengan konsumen, akibat dari tingkat pemahaman konsumen berbeda-beda, tingkat pendidikan yang rendah konsumen merasa awam mekanisme perlindungan hukum yang Tokopedia hadirkan. Solusinya adalah dengan cara menambah jumlah tenaga dengan melakukan rekrutmen customer service dan tenaga ahli seperti HRD, IT, Marketing, serta memberikan KIE kepada konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami. Bilamana terjadi pelanggaran hak konsumen maka konsumen dapat menuntut terhadap pelaku usaha karena telah berbuat kesalahan atau kelalaian.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum; Konsumen; Tokopedia.

ABSTRACT

Consumers are every person who uses goods or services available in the community, both for the benefit of themselves, their families, other people and other living creatures. Meanwhile, Consumer Protection is a legal instrument created to protect and fulfill consumer rights. Therefore, legal protection for consumers is regulated in various laws and regulations.

The research method used in this study is a normative juridical and empirical juridical research method, with the research specification being descriptive analysis. The problems studied in this study are how the legal protection for consumers of goods & or services products through e-commerce at Tokopedia, what are the obstacles that arise in legal protection for consumers of goods & or services products through e-commerce at Tokopedia and the solutions. This study is to determine the legal protection of consumers of goods & or services products through e-commerce at Tokopedia, to find out the obstacles that arise in legal protection of consumers of goods & or services products through e-commerce at Tokopedia and their solutions.

The results of the study state that legal protection for consumers of goods & or services products through e-commerce at Tokopedia is carried out by giving consumers freedom to file lawsuits if business actors do not fulfill their obligations in accordance with Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK), Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions, Law No. 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions (UUITE), the Civil Code (KUHPerdata) Article 1243 concerning Defaults (broken promises), the Civil Code (KUHPerdata) Article 1365-1366 concerning Unlawful Acts, the Civil Code Article 378 of the Criminal Law Law (KUHP) regarding Fraud, obstacles to legal protection for consumers that arise in legal protection of consumers of goods & or services products through e-commerce at Tokopedia, among others, are caused by the lack of human resources both customer service and experts such as HRD, IT, Marketing and so on, servers that are still down have disrupted Tokopedia consumers, miscommunication between customer service and consumers, as a result of different levels of consumer understanding, low levels of education consumers feel unfamiliar with the legal protection mechanism that Tokopedia presents . The solution is to increase the number of staff by recruiting customer service and experts such as HRD, IT, Marketing, and providing KIE to consumers in easy-to-understand language. If there is a violation of consumer rights, the consumer can sue the business actor for making a mistake or negligence.

Keywords: Legal Protection; Consumer; Tokopedia.

DAFTAR ISI

TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI.....	i
E-COMMERCE DI TOKOPEDIA.....	i
TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PRODUK BARANG & ATAU JASA MELALUI.....	ii
E-COMMERCE DI TOKOPEDIA.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Terminologi.....	10
F. Metode Penelitian.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II.....	23
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Perlindungan Konsumen.....	23
1. Pengertian Konsumen.....	23
2. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	24
3. Hubungan Konsumen dengan Pelaku Usaha.....	27

B.	Perlindungan Hukum Konsumen.....	28
1.	Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen.....	28
2.	Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	30
3.	Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen.....	31
4.	Sumber Hukum Perlindungan Konsumen	32
C.	Transaksi dan Informasi Elektronik.....	34
1.	Pengertian Transaksi dan Informasi Elektronik.....	34
2.	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen pada Transaksi Elektronik..	36
3.	E-commerce.....	38
4.	Pengertian Ruang lingkup Aturan Terbatas dan Tidak Terbatas.....	40
D.	Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Islam	41
1.	Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam	41
2.	Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perspektif Islam	43
BAB III	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A.	Gambaran Umum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi dan Informasi Elektronik melalui Tokopedia.....	47
1.	Sejarah dan Latar Belakang Tokopedia	47
2.	Visi dan Misi Tokopedia.....	48
3.	Logo,Maskot dan Slogan Tokopedia	50
4.	Struktur Perusahaan.....	52
5.	Website dan Aplikasi Tokopedia	58
6.	Mekanisme Transaksi Elektronik Tokopedia	60
B.	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Barang & atau Jasa Melalui E-Commerce di Tokopedia	61

C. Kendala-Kendala dan Solusi dalam Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen pada Jual Beli di Tokopedia.....	92
BAB IV	97
PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99





BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum konsumen dapat diartikan sebagai orang pemakai barang atau jasa baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain. Istilah konsumen dipakai dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 1 butir 2 menyatakan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Berdasarkan pengertian di atas, barang yang dimaksud pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 menyebutkan Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.¹ Barang tersebut dapat berupa barang yang dikonsumsi secara terus menerus atau berjangka oleh konsumen.

Jasa yang dimaksud pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 menyebutkan Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi

¹Pasal 1 butir 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.² Secara umum, produk berbentuk jasa dapat diproduksi dan dirasakan secara bersamaan oleh partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Dengan kata lain, konsumen berada dalam posisi layanan jasa yang diminta, dan harus mengkonfirmasi atau berpartisipasi seperti melihat secara langsung dalam aktivitas layanan jasa tersebut.

Menurut M Ali Mansyur dalam bukunya yang berjudul “*Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*” Konsumen ada 2 yakni konsumen perantara dan konsumen akhir.³

Kepentingan konsumen adalah hak-hak konsumen yang diberikan oleh Undang-Undang sebagai konsekuensi dari hak seluruh rakyat, karena sesungguhnya seluruh rakyat itu adalah konsumen. Selanjutnya kepentingan konsumen dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) kepentingan antara lain:

1. Kepentingan fisik
2. Kepentingan sosial dan lingkungan
3. Kepentingan ekonomi
4. Kepentingan perlindungan hukum

Untuk terwujudnya kepentingan konsumen maka perlu adanya upaya perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada

² Ibid;

³Mansyur M Ali, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Yogyakarta, 2007.

konsumen.⁴ Dalam perkembangan selanjutnya khususnya di Indonesia, upaya perlindungan konsumen masih diperlukan perjuangan keras dan kampanye perlindungan hak-hak konsumen serta tanggung jawab produsen harus terus dilakukan, agar hubungan antara produsen konsumen menjadi seimbang, artinya perlakuan/prinsip produsen yang menganggap konsumen hanya menjadi obyek aktifitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standard yang merugikan konsumen, sehingga pelaku usaha hanya mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya dengan modal seminim mungkin.⁵ Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.⁶

Adapun pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan :

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.

⁴Pasal 1 butir 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁵A. Sony Keraf, *Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta, 1998.

⁶Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Bagian Umum.

4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha menipu dan menyesatkan.
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.⁷

Dalam era digital pelaku usaha dapat menjual produknya ke berbagai wilayah dengan sangat mudah begitupun konsumen yang lebih mudah untuk menemukan produk/jasa yang mereka cari melalui electronic business, E-Commerce, dan online marketing tanpa harus datang ke toko.

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris dari dua kata, yaitu kata E yang merupakan singkatan dari Electronic, Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) Electronic adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan teknologi. Sedangkan (C) Commerce adalah perdagangan dan perniagaan.⁸

Adapun menurut istilah pengertian E-Commerce adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.⁹ Masa pandemi banyak mengubah perilaku belanja konsumen yang semula konsumen

⁷Nurmandjito, SH, dalam kumpulan makalah Hukum Perlindungan Konsumen, penerbit Mandar Maju, Bandung, 2000 hal 7.

⁸John M. Echols dan Hassan Shadily, Kamus Inggris Indonesia, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.

⁹Adi Sulisty Nugroho, E-Commerce Teori dan Implementasi, Ekuilibria, Yogyakarta, 2016.

belanja secara langsung datang ke toko sekarang mereka banyak yang memilih untuk belanja secara online melalui E-Commerce.

Tokopedia merupakan pusat perbelanjaan online yang memungkinkan masyarakat dan pemilik bisnis di Indonesia untuk membuka dan mengelola toko online mereka dengan mudah dan gratis, sekaligus memberikan kemampuan untuk berbelanja dan menjual secara online, aman dan nyaman. Tokopedia tidak memiliki cabang, tetapi kantor pusat berada di Jakarta.

Pada tanggal 1 September 2021, seorang konsumen bernama Farasist membeli sebuah kain PE Baby Terry 1 kg seharga Rp 58.000,00 di toko 'Karunia Textile' untuk kebutuhan usahanya. Namun dalam deskripsi dan foto dijelaskan bahwa panjang total kain 2,6 m per kg, Konsumen merasa ditipu dan rugi karena ternyata bahan yang diterima panjang nya hanya 2,4 m. Beberapa konsumen juga mengalami masalah yang sama yaitu berawal ingin membeli sebuah "Paket Bundling SSD Laptop" dengan harga Rp 323.000,00. Barang yang diterima Satria peyok dan tidak bisa digunakan, Satria merasa rugi dan saat dihubungi kembali pelaku usaha menghilang dan tidak ada tanggung jawab. Hal tersebut juga terjadi kepada Ricky saat membeli sebuah "Gelas Sovenir" dengan harga Rp 150.000,00. Barang yang diterima Ricky sebagian besar pecah dan pelaku usaha tidak bertanggung jawab atas kerusakan tersebut. Ricky merasa bahwa hak sebagai konsumen tidak terpenuhi

Berkenaan dengan kasus Satria & Ricky diatas, mengenai perlindungan konsumen khususnya untuk menentukan kewajiban pelaku usaha kepada

konsumen yang menderita kerugian karena cacat produk, fakta-fakta yang menimbulkan kerugian itu terlebih dahulu dikualifisir menjadi suatu perbuatan melawan hukum dan melanggar hak konsumen. Padahal jelas diatur pada Undang-Undang No 8 tahun 1999 Pasal 4 tentang hak konsumen salah satunya ialah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

Dalam Undang-Undang tersebut pada poin a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen memiliki hak untuk menerima barang dalam kondisi selamat dan aman, jelas pelaku usaha tidak memenuhi hak konsumen tersebut. Artinya perbuatan pelaku usaha dapat dikategorikan menjadi sebuah perbuatan yang melanggar hukum yang mengakibatkan kerugian pada hak-hak konsumen.

Bentuk perlindungan konsumen secara umum dan tak terbatas ruang lingkupnya diatur pada Pasal 378 KUHP yaitu “Barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan menggunakan nama palsu atau martabat (hoedanigheid) palsu; dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang maupun

menghapuskan piutang, diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun.”¹⁰ Apabila penipuan dilakukan secara online menggunakan media Tokopedia seperti permasalahan diatas, maka peraturan lain yang dapat digunakan adalah Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yaitu “setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”¹¹

Pada kasus Farasist diatas jelas barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi barang. Dalam UU ITE, Pasal 28 ayat 1 jelas bahwa produsen atau pelaku usaha tersebut sengaja dan terdapat unsur penipuan untuk menyesatkan konsumen yang mengakibatkan kerugian.

Untuk terwujudnya sistem jual beli online yang harmonis antara pelaku usaha dan konsumen pihak Tokopedia sendiri memiliki wewenang dalam setiap transaksi penjualannya yaitu : Tokopedia berwenang untuk membatalkan transaksi dan/atau menahan dana transaksi dalam hal: (i) nomor resi kurir pengiriman Barang yang diberikan oleh Penjual tidak sesuai dan/atau diduga tidak sesuai dengan transaksi yang terjadi di Situs Tokopedia; (ii) Penjual mengirimkan Barang melalui jasa kurir/logistik selain dari yang disediakan dan terhubung dengan Situs Tokopedia; (iii) jika nama produk dan deskripsi produk tidak sesuai/tidak jelas dengan produk yang dikirim; (iv) jika ditemukan adanya

¹⁰ Pasal 378 KUHP

¹¹ Pasal 28 ayat 1 Undang-Undang ITE /Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016

manipulasi transaksi; dan/atau (v) mencantumkan nomor resi pengiriman Barang yang telah digunakan oleh Penjual lainnya (internal dropshipper).

Banyak konsumen pada beberapa toko di Tokopedia memberi bintang 1 atau ulasan yang kurang puas karena barang yang mereka terima tidak sesuai dari deskripsi dan beberapa dari mereka ada yang menerima barang dalam keadaan cacat produk.

Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas maka penulis mencoba mengkaji dan meneliti secara langsung mengenai “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Jual Beli di Tokopedia

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia ?
2. Apa sajakah kendala-kendala yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia dan solusinya ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di tokopedia dan solusinya.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis;
Dari segi akademik, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa atau akademisi dan institusi pendidikan tinggi sebagai bahan bacaan untuk memperkaya basis pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu hukum perdata terkait jual beli online internet (*E-Commerce*) dan perlindungan hukumnya.
2. Kegunaan Praktis;
 - a. Bagi Konsumen
Bagi konsumen penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan bacaan dan informasi untuk mengetahui bagaimana mekanisme perlindungan hukum terhadap konsumen melalui jual beli secara

online serta aspek aturan lainnya yang timbul dari mekanisme jual beli tersebut bisa dijadikan pertimbangan konsumen untuk mengetahui bagaimana proteksi aturan dalam jual beli online, sehingga memberikan penanganan terhadap kasus tersebut.

b. Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha, diharapkan dalam melakukan jual beli online tidak semata-mata mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, namun lebih memerhatikan hak-hak konsumen.

E. Terminologi

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan bentuk perlindungan yang utama karena berdasarkan pemikiran bahwa hukum sebagai sarana yang dapat mengakomodasi kepentingan dan hak konsumen secara komprehensif. Di samping itu, hukum memiliki kekuatan memaksa yang diakui secara resmi di dalam negara, sehingga dapat dilaksanakan secara permanen. Berbeda dengan perlindungan melalui institusi lainnya seperti perlindungan ekonomi atau politik misalnya, yang bersifat temporer atau sementara.¹²

3. Pengertian Konsumen

¹² Wahyu Sasongko, Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen. Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2007, hlm. 30

Berdasarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka (2) yakni: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

4. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian timbal balik dalam mana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak lainnya (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Barang yang menjadi objek jual beli harus cukup tertentu, setidak tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada pembeli.¹³

5. Pengertian Tokopedia

Perusahaan internet yang memberi ruang setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis online mereka secara mudah dan gratis, sekaligus menghadirkan pengalaman berbelanja online yang lebih aman dan nyaman.

¹³ R. Subekti, Aneka Pejanjian, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1989, hlm. 1

6. Nilai-Nilai Islam

Transaksi, berasal dari bahasa Inggris “*transaction*”. Dalam bahasa Arabnya sering disebut sebagai *al-Mu‘amalat*. Dengan demikian transaksi merupakan kata lain dari *al-Mu‘amalat*.¹⁴ Dalam konteks ilmu fiqh, ilmu fiqh yang mempelajari tentang *al-Mu‘amalat* disebut fiqh *al-Mu‘amalat*. fiqh *al-Mu‘amalat* adalah suatu bidang fiqh yang memfokuskan pada hukum-hukum tentang perbuatan dan hubungan-hubungan sesama manusia mengenai harta kekayaan, hak, dan penyelesaian sengketa tentang hal-hal tersebut dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan berpandukan Syari‘ah.

a) Nilai-Nilai Islam dalam bertransaksi

Allah SWT memerintahkan untuk senantiasa menjaga kepercayaan dalam semua transaksi, terutama dalam hal yang berkaitan dengan timbangan atau ukuran. Allah SWT berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Penuhilah timbangan apabila kamu menimbang, dan timbanglah dengan ukuran yang jujur, itu adalah lebih baik dan yang paling baik pulangnya. (Terjemahan Q.S. al-Isra’ (17):

35).

b) Nilai-Nilai Islam dalam jual beli

¹⁴ Mohd. Ma’sum Billah, *Modern Financial Transaction Under Syariah*. Petaling Jaya: Ilmiah Publisher, 2003.

Jual beli oleh kedua belah pihak harus diimplementasikan menurut kebutuhan dan dilakukan secara Ridha dan sukarela tanpa kendala disemua pihak, di satu sisi penjual dan pembeli tidak ada yang dirugikan. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat An-Nisaa ayat 29 : يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ كُمْ رَحِيمًا بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ Artinya : “Janganlah kalian saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang timbul dari kerelaan di antara kalian” (Q.S. An-Nisaa: 29).

Berdasarkan ayat ini juga, maka diketahui bahwa transaksi jual beli wajib dilakukan pada orang-orang yang berkompeteren yaitu orang-orang yang paham tentang jual beli, & bisa menghitung atau mengatur uang. Sehingga tidak sah transaksi jual beli yang dilakukan oleh orang gila & anak kecil yang tidak pintar & paham tentang masalah jual beli.

F. Metode Penelitian

Dalam rangka penulisan penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah *yuridis normatif* dan *yuridis empiris*. Metode pendekatan *yuridis normatif*, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau

data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan yang terkait permasalahan yang dibahas.¹⁵ Penulis akan meneliti data yang dikumpulkan dengan tujuan menggambarkan suatu kondisi dan keadaan hukum, gejala hukum dan peristiwa hukum yang nyata dalam ruang lingkup Tokopedia dalam kaitannya dengan perlindungan hukum terhadap konsumen.

Metode pendekatan penelitian *yuridis empiris* adalah penelitian yang mempunyai objek kajian mengenai perilaku masyarakat. Perilaku masyarakat yang dikaji adalah perilaku yang timbul akibat berinteraksi dengan sistem norma yang ada.

Dalam penulisan ini, metode pendekatan yang digunakan yaitu metode pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Metode pendekatan dilakukan melalui pendekatan perundang-undangan yaitu dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani.¹⁶

Bagi penelitian untuk, pendekatan undang-undang ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lainnya atau antara undang-undang dengan Undang-Undang Dasar atau regulasi dan

¹⁵Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

¹⁶Sri Mamudji, et al., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, Jakarta: Badan Penerbit FHUI, 2005.

undang-undang. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi.¹⁷

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Dikatakan deskriptif karena dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas, rinci dan sistematis mengenai proses keperdataan terhadap para pihak dalam jual beli secara online serta perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli online.

Menurut Soerjono Soekanto : “Spesifikasi penelitian bersifat deskriptif, yaitu memberikan data yang diteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala tertentu. Maksudnya adalah untuk mempertegas hipotesa agar dapat memperkuat teori-teori lama atau di dalam menyusun teori-teori baru”

Sedangkan analisis karena data yang diperoleh akan dianalisis terhadap permasalahan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, dalam hal ini adalah Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Kita Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang- undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,

¹⁷Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Jakarta:Kencana,2011.

3. Sumber Data

Dalam suatu penelitian, metode pengumpulan data merupakan dasar dari langkah-langkah dalam penyusunan karya ilmiah yang dilakukan oleh penulis, karena data merupakan elemen-elemen yang mendukung dan akan melengkapi sebuah penelitian. Data yang dikumpulkan dalam melakukan penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya.

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berbagai data aturan undang-undang, artikel dari hasil penelitian, aturan jual beli secara online melalui tokopedia, dan data dari internet yang berkaitan dengan objek penelitian, berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Kelebihan dari data sekunder adalah waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk penelitian untuk mengklasifikasi permasalahan dan mengevaluasi data, relatif lebih sedikit dibandingkan dengan pengumpulan data primer. Data sekunder adalah data yang

didapatkan melalui studi kepustakaan dengan terbagi menjadi sebagai berikut:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat maupun membuat seseorang mematuhi, melaksanakan dan merasa terikat oleh hukum atau peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan. Bahan hukum primer pada penelitian ini antara lain:

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPPerdata) Pasal 1365-1366 tentang Perbuatan Melawan Hukum.
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPPerdata) Pasal 1243 tentang Perbuatan Wanprestasi(ingkar janji).
- c. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378 tentang Penipuan.
- d. Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE).
- e. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).
- f. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- g. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

h. Surat Edaran Menteri Kominfo Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Dan Merchant Electronic Commerce

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang menunjang dan melengkapi bahan hukum primer. Biasanya bahan hukum sekunder ini berbentuk, pendapat para ahli hukum berbentuk doktrin maupun literatur buku-buku, jurnal-jurnal, artikel, makalah dan karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang menjelaskan dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier ini biasanya berbentuk kamus hukum, kamus bahasa Indonesia, kamus bahasa inggris dan ensiklopedia, bahan dari internet dan lain-lain.

4. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu berlaku bagi kasus yang diteliti dan hasil analisis tersebut dilaporkan dalam bentuk skripsi. Analisis kualitatif ini ditujukan terhadap data-data yang sifatnya berdasar mutu dan sifat yang nyata berlaku dalam masyarakat. Analisis kualitatif tidak mendasarkan penelitiannya pada pengumpulan data dari lokasi yang luas dengan responden yang banyak. Jadi walaupun lokasinya terbatas,

respondennya sedikit, jika data-data yang didapat itu merupakan kenyataan yang berlaku, maka data-data tersebut sudah cukup membuktikan kebenarannya.

Penulis akan meneliti data yang dikumpulkan dengan tujuan menggambarkan suatu kondisi dan keadaan hukum, gejala hukum dan peristiwa hukum yang nyata dalam ruang lingkup Tokopedia dalam kaitannya dengan perlindungan hukum terhadap konsumen.

5. Teknik Pengumpulan data

Data yang diperlukan untuk penulisan penelitian ini dikumpulkan dengan cara studi atau *studi kepustakaan* dan *studi wawancara*, yang dilakukan untuk mengumpulkan dan menginventarisasi semua data perpustakaan atau data sekunder yang relevan dengan perlindungan hukum terhadap jual beli online di Indonesia dan sekaligus menggabungkannya dengan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber. Data tersebut diperoleh dari berbagai perpustakaan Fakultas Hukum di Indonesia dan narasumber.

6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam skripsi ini dilakukan di Kantor Tokopedia Kota Semarang.

7. Objek Penelitian

Dalam objek yang diamati dan dikaji untuk penulisan skripsi ini yaitu konsumen dan pelaku usaha yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan jual beli secara online.

8. Analisis Data

Analisis data adalah suatu tahap mengorganisir data sesuai dengan pola, kategori, dan unit-unit deskriptif tertentu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analistik, menurut Sugiyono (2018) adalah metode untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna dan secara signifikan dapat mempengaruhi substansi penelitian.¹⁸ Artinya metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan partisipan atau objek dan subjek penelitian. Metode ini juga berusaha untuk menganalisis subjek penelitian agar didapatkan data yang mendalam.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan karya ilmiah berbentuk skripsi ini adalah untuk memudahkan penulis dan pembaca yang akan disajikan dalam IV bab, yaitu:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini merupakan pengantar untuk memasuki bab selanjutnya, pada bab ini juga akan berisikan latar belakang masalah yang

¹⁸Sugiyono, Metode Penelitian Hukum, Bandung: Alfabeta, 2018.

menjadi alasan penulis mengangkat tema ini sebagai bentuk karya ilmiah yang akan dibuat, rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, terminologi, metode penelitian dan sistematika penulisan. Diharapkan penulis dengan adanya karya ilmiah berbentuk skripsi ini dapat diterima dan dapat bermanfaat bagi setiap orang yang akan membacanya.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini merupakan yang merupakan tinjauan umum dimana penulis akan menjelaskan tinjauan tentang pengertian dan ruang lingkup perlindungan konsumen yang didalamnya diuraikan mengenai pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, hubungan konsumen dengan pelaku usaha. Penulis menjelaskan tentang perlindungan hukum konsumen yang didalamnya diuraikan sejarah hukum perlindungan konsumen, pengertian hukum perlindungan konsumen, tujuan hukum perlindungan konsumen, sumber hukum perlindungan konsumen. Penulis menjelaskan tinjauan umum tentang transaksi dan informasi elektronik yang didalamnya diuraikan mengenai pengertian transaksi dan informasi elektronik, perlindungan hukum terhadap konsumen pada transaksi elektronik, e-commerce, pengertian ruang lingkup aturan terbatas maupun tidak terbatas. Penulis menjelaskan tinjauan umum tentang perlindungan hukum terhadap informasi dan

transaksi elektronik dalam perspektif islam yang didalamnya diuraikan mengenai prinsip-prinsip ekonomi islam, perlindungan hukum konsumen dalam perspektif islam.

Bab III : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan serta menjawab rumusan masalah yang diangkat oleh penulis yaitu suatu penjelasan Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di Tokopedia, serta kendala-kendala yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang & atau jasa melalui e-commerce di tokopedia dan solusinya yang terdapat pada penelitian ini.

Bab IV : Penutup

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan dari penelitian dan pembahasan mengenai rumusan masalah yang telah dibahas di bab sebelumnya serta pada bab ini berisi saran-saran yang merupakan sumbangan pemikiran dari penulis yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian dan Ruang Lingkup Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Pasal 1 butir 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 menyatakan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁹

Menurut M Ali Mansyur ada 2 jenis konsumen yaitu Konsumen Perantara dan Konsumen Akhir

Konsumen Perantara adalah konsumen yang membeli produk/barang tidak untuk di konsumsi sendiri, tetapi untuk dijual lagi. Dalam prakteknya konsumen berperan ganda sebagai konsumen pembeli namun disisi lain sebagai pelaku usaha/penjual kepada konsumen akhir.

Konsumen Akhir adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (pasal 1 butir 2 UU No. 8 Tahun 1999).²⁰

¹⁹Pasal 1 butir 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁹Mansyur M Ali, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Yogyakarta, 2007.

Dari gambaran diatas mengenai pengertian konsumen maka dapat dikatakan bahwa konsumen adalah seseorang atau sekumpulan orang yang menggunakan barang atau jasa dari pelaku usaha untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan bersama dengan tujuan untuk dikonsumsi sendiri atau dijual lagi.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Pada masa sekarang ini bukan suatu rahasia lagi bahwa sebenarnya konsumen adalah raja, oleh karena itu sebagai produsen yang memiliki prinsip holistic marketing sudah seharusnya memperhatikan semua yang menjadi hak-hak konsumen. Dari pengertian tersebut, maka luasnya pengertian konsumen dan perlindungan konsumen (consumer protection) dapat pula dilihat dalam hubungannya dengan perjanjian atau kontrak. Menurut Ali Mansyur, sekurang-kurangnya ada empat alasan pokok mengapa konsumen perlu dilindungi yaitu:

- a. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa sebagaimana yang diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.
- b. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan barang dan jasa.
- c. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku-pelaku pembangunan,

yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional.

d. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.²¹

Selain itu sebenarnya konsumen memiliki hak, baik secara nasional maupun secara internasional. Hak konsumen secara nasional terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana disebutkan, konsumen memiliki hak sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

²¹Ibid;

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²²

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pasal 5 mengatur tentang kewajiban konsumen.

Kewajiban konsumen adalah :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.²³

²²Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1999 Pasal 4

²³Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1999 Pasal 5

3. Hubungan Konsumen dengan Pelaku Usaha

Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen telah terjadi ketika pelaku usaha memberikan janji-janji serta informasi-informasi terkait barang dan/atau jasa, karena sejak saat itulah timbul hak dan kewajiban para pihak, baik pelaku usaha dan konsumen. Hubungan hukum tersebut didasarkan pada Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), dimana pelaku usaha telah sepakat terhadap apa yang dijanjikan pada saat memberikan janji-janji pada sebuah iklan, ataupun selebaran atau brosur, sehingga janji-janji tersebut akan berlaku sebagai undangundang bagi para pihak yang membuatnya. Peristiwa hukum yang terjadi terhadap pelaku usaha dengan konsumen tersebut adalah perdagangan baik barang ataupun jasa.

Terjadinya hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen adalah pada saat pelaku usaha memberikan janji-janji dan segala informasi yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen pada saat memberikan iklan, brosur, ataupun promosi.²⁴

²⁴Brahmana, Dewa Gede A. Y, Anak Agung Sri Utari. 2016. Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen. *Jurnal Fakultas Hukum Udayana*.1- 5

B. Perlindungan Hukum Konsumen

1. Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen

Lahirnya hukum perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dengan proses perkembangan jual beli sehingga perkembangan hukum perlindungan konsumen sangat dibutuhkan bagi konsumen. Upaya tersebut tidak dapat dipisahkan dari pola berpikir masyarakat tentang proses terjadinya penyimpangan pada jual beli karena setiap upaya penegakan hukum selalu berdasarkan pada pola berpikir tersebut.

Sejarah gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer pada tahun 1970-an, dengan berdirinya lembaga swadaya masyarakat (nongovernmental organization) Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973²⁵.

Setelah YLKI, sejarah juga mencatat berdirinya Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988. Kedua lembaga tersebut merupakan anggota dari Consumers International (CI).²⁶

Sebelum Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) lahir, dari inventarisasi regulasi sampai tahun 1991, peraturan yang memuat unsur perlindungan konsumen tersebar dalam 8 (delapan) bidang yaitu:

²⁵Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

²⁶Shidarta. 2004. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Bandung: Grasindo.

- a. Obat-obatan dan bahan berbahaya.
- b. Makanan dan minuman.
- c. Alat-alat elektronik.
- d. Kendaraan bermotor.
- e. Meterologi dan tera.
- f. Industri.
- g. Pengawasan mutu barang.
- h. Lingkungan Hidup.²⁷

Bermula dari gerakan perlindungan konsumen yang dipelopori oleh YLKI, kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988, dan tahun 1990 bergabung sebagai anggota Consumers International. YLKI bertujuan melindungi konsumen, menjaga martabat produsen, dan membantu pemerintah. YLKI mempunyai cabang-cabang di berbagai provinsi dan didukung oleh media massa seperti Media Indonesia dan Kompas.²⁸

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar

²⁷Mashdurohatun, A. (2019). Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori dan Praktik). *Portal Jurnal Universitas Islam Sultan Agung*, 1-137.

²⁸Tim Penyusun, Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen, Fakultas Hukum Universitas Udayana, Denpasar, 2016, hlm. 10.

hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pada tanggal 30 Maret 1999, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) telah menyepakati Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Perlindungan Konsumen untuk disahkan oleh pemerintah (setelah selama 20 tahun diperjuangkan), yaitu pada tanggal 20 April 1999.

2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum konsumen diartikan sebagai : keseluruhan azas-azas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, didalam pergaulan hidup. Azas-azas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah konsumen itu tersebar dalam berbagai bidang hukum seperti hukum perdata, dagang, hukum pidana, hukum administrasi Negara dan hukum internasional terutama konvensi-konvensi yang berkaitan dengan kepentingan-kepentingan konsumen.

Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Shidarta berpendapat sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya. Aspek perlindungannya misalnya

bagaimana cara mempertahankan hak-hak konsumen terhadap gangguan pihak lain.²⁹

Menurut pengertian diatas Hukum Perlindungan Konsumen dapat diartikan keseluruhan azas-azas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen.

3. Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Tujuan utama diterapkannya perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Rasa aman perlu diciptakan sebab hak untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan hak dasar yang dimiliki setiap manusia.

Komitmen untuk menciptakan rasa aman kepada konsumen terlihat dari semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana. Artinya, segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen, tidak hanya mencakup tindakan preventif, tetapi juga mencakup tindakan represif.

Husni Syawali dan Neni Sri Imayanti dalam bukunya Hukum Perlindungan Konsumen (2000), menjelaskan cara-cara pengaturan perlindungan konsumen, yaitu:

²⁹Dewa Gde Rudy, I. M. (2016). Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen. Denpasar: Fakultas Hukum Universitas UDAYANA.

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.³⁰

4. Sumber Hukum Perlindungan Konsumen

Sejak 20 April 1999, UU Perlindungan Konsumen yang diatur dalam UU no 8 Tahun 1999 atau Undang Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mulai sah diberlakukan. Undang-undang ini mengatur secara rinci tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Cakupan hukum yang berlaku mengenai hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, dan cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban tersebut.

³⁰Sri Mamudji, et al., Metode Penelitian dan Penulisan Hukum, Jakarta: Badan Penerbit FHUI, 2005.

Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 pengertian perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³¹(*zorg voor de gezondheid*).

Setelah pemberlakuan UUPK, terdapat beberapa peraturan perundangundangan baru yang juga bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen, antara lain :

- a) Undang-Undang No. 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan : Untuk perlindungan Konsumen dan masyarakat, OJK berwenang melakukan tindakan pencegahan kerugian konsumen dan masyarakat, serta melakukan pelayanan terhadap pengaduan masyarakat.
- b) Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal : Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Dalam sistem perdagangan internasional masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan produk mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen umat Islam di seluruh dunia sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan globalisasi.

³¹Pasal 1 butir 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Keberadaan undang-undang yang baru ini juga terintegrasi dengan UUPK sebagai undang-undang payung dalam perlindungan konsumen di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas bahwa pengaturan mengenai perlindungan konsumen tidak hanya di dasarkan pada undang-undang yang secara khusus mengatur perlindungan konsumen, yakni Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, juga meliputi peraturan perundang-undangan yang sifatnya umum, yang juga mengatur mengenai masalah perlindungan konsumen.

Meski sudah lama hadir dalam dua dekade terakhir, UU Perlindungan Konsumen ini belum banyak disadari oleh para konsumen itu sendiri. Banyak konsumen yang menganggap undang-undang ini benar-benar dibutuhkan pada saat dirinya tersangkut kasus pidana atau perdata saja. Padahal, jika konsumen (termasuk juga kita) mau lebih tahu mengenai UU Perlindungan Konsumen, masyarakat jadi lebih tahu tentang seluk-beluk masalah konsumen yang diperlakukan tidak adil dan bagaimana cara untuk memperjuangkan haknya.

C. Transaksi dan Informasi Elektronik

1. Pengertian Transaksi dan Informasi Elektronik

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi

dan Transaksi Elektronik, memiliki pengertian yaitu dalam Pasal 1 butir 1 yang berbunyi, *"Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, Electronic Data Interchange (EDI), surat elektronik (Electronic mail), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya."*³²

Sekumpulan informasi elektronik tersebut dalam Pasal 1 butir 4 disebut sebagai Dokumen elektronik, Pengertian Dokumen elektronik berdasarkan Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 1 angka 4 yang berbunyi, *"Dokumen Elektronik adalah setiap Informasi Elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui Komputer atau Sistem Elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya."*

Pada Pasal 1 butir 2 disebutkan pengertian Transaksi Elektronik yaitu *"Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan*

³²Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan transaksi elektronik

dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”³³

Lahirnya situs-situs di internet yang menyediakan ruang untuk melakukan kegiatan jual beli secara online melalui media elektronik menjadi suatu alasan bagi setiap yang tertarik untuk tidak lagi membeli suatu barang dengan harus melihat secara riil atas objek apa yang akan dibelinya. Mulai dari barang elektronik, pakaian, makanan atau pun yang lainnya telah disediakan oleh situs-situs tersebut dengan konsep kenyamanan, aman kepercayaan dan tentu saja dengan biaya murah.³⁴

Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa transaksi dan informasi elektronik saling berkaitan dan mengisi ruang antara satu sama lain, dalam setiap transaksi elektronik didalamnya terdapat kumpulan dari informasi-informasi elektronik yang digunakan sebagai data atau dokumen elektronik lalu diproses menjadi sebuah bentuk transaksi yg dilakukan pada media atau sebuah platform E-Commerce tanpa harus bertemu antara penjual dan konsumen.

2. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen pada Transaksi Elektronik

Bagi masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. Pentingnya permasalahan hukum di bidang E-Commerce

³³Ibid;

³⁴Bahreysi, Budi. 2018. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli secara online. *Delega lata*, 131-142.

adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet.³⁵ Mengingat pentingnya hal tersebut maka Indonesia pada tahun 2008 lalu mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang–Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat UU ITE.

Pada Pasal 1 butir 2 diatas telah dijelaskan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut. Kontrak elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional Transaksi elektronik yang melibatkan para pihak dari dalam negeri yaitu negara Indonesia, tidaklah sulit untuk menetapkan aturan hukum yang berlaku apabila terjadi masalah. Secara otomatis the applicable law–nya adalah hukum Indonesia, sehingga baik Burgelijk Wetboek maupun UndangUndang Perlindungan Konsumen dapat diterapkan untuk menyelesaikan sengketa yang timbul. Dalam Pasal 38 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sendiri menegaskan bahwa *“Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik*

³⁵Lia Sautunnida, *Jual Beli Melalui Internet (ECommerce) Kajian Menurut Buku III KUH Perdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik* (Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala, 2008)

dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian”.

Menurut pasal ini, masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.³⁶

3. E-commerce

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris, yaitu *electronic commerce* atau perdagangan elektronik. Dan sebagaimana perdagangan yang dilakukan secara langsung. Dalam *E-Commerce* juga meliputi proses promosi, pembelian, dan pemasaran produk. Yang berbeda adalah pada sistem berdagang yang digunakan, yaitu melalui media elektronik atau internet. Jumlah pelanggan *E-Commerce* mengalami peningkatan hingga 38,3 persen selama masa pandemi Covid-19. Data tersebut bersesuaian dengan catatan yang dilaporkan Exabytes, perusahaan penyedia layanan hosting di Indonesia.³⁷

Tokopedia termasuk dalam salah satu top *E-Commerce* yang ada di Indonesia. Pengaruhnya sangat memudahkan konsumen untuk bertransaksi secara online. Tokopedia adalah salah satu perusahaan jual beli berbasis digital terbesar di Indonesia. Sejak resmi diluncurkan, PT. Tokopedia

³⁶Pasal 38 Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

³⁷Jusrianti, Juniar Andi Maghrifah. 2021. Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Makassar. Jurnal Emik, Volume 4. hal 38

berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang pesat. Dengan mengusung model bisnis marketplace dan mall online, Tokopedia memungkinkan setiap individu, toko kecil dan brand untuk membuka dan mengelola toko online. Sejak diluncurkan sampai hingga akhir 2015, layanan dasar Tokopedia yang bisa digunakan oleh semua orang secara gratis. Tokopedia memiliki visi untuk “Membangun Indonesia yang Lebih Baik Lewat Internet”, Tokopedia mempunyai program untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara online.

Tokopedia adalah perusahaan internet yang memungkinkan orang dan pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis online mereka dengan mudah dan gratis, Sekaligus memungkinkan pengalaman belanja online yang lebih aman dan nyaman. Tokopedia percaya bahwa marketplace adalah bisnis model terbaik di dunia, karena kesuksesan sebuah marketplace hanya dapat diraih dengan membuat orang lain menjadi sukses juga.

Salah satu situs yang menyediakan ruang untuk melakukan kegiatan jual beli online adalah Tokopedia. Di dalam situs <https://www.tokopedia.com/> setiap orang dapat memilih barang-barang yang akan dibeli dengan berbagai jenis bahkan berbagai harga, masyarakat sudah sangat dimudahkan untuk memilih barang-barang yang akan dibeli.

4. Pengertian Ruang lingkup Aturan Terbatas dan Tidak Terbatas.

Ruang lingkup aturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen pada jual beli di Tokopedia dibagi menjadi 2 yaitu aturan terbatas dan tidak terbatas

Ruang lingkup aturan terbatas adalah sebuah bentuk peraturan yang mengatur perlindungan konsumen pada jual beli di Tokopedia dan peraturan tersebut berasal dari dalam objek. Ruang lingkup aturan terbatas meliputi aturan-aturan berasal dari Tokopedia yang didalamnya mengatur tentang perlindungan konsumen.

Ruang lingkup aturan tidak terbatas adalah sebuah bentuk peraturan yang mengatur perlindungan konsumen secara menyeluruh dan diluar dari objeknya. Ruang lingkup aturan tidak terbatas meliputi aturan-aturan berasal dari Pasal 378 KUHP tentang penipuan, Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang Perbuatan Melawan Hukum, Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang Perbuatan Wanprestasi (ingkar janji), Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

D. Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Informasi dan Transaksi

Elektronik dalam Perspektif Islam

1. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Berbicara tentang etika bisnis, kita harus merujuk kepada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam hal ini Islam menetapkan prinsip-prinsip perekonomian sebagai berikut:

- a. Islam menentukan berbagai macam kerja yang halal dan yang haram, tetapi hanya kerja yang halal saja yang dipandang sah oleh Islam.
- b. Kerjasama kemanusiaan yang bersifat gotong royong dalam usaha memenuhi kebutuhan harus dikembangkan.
- c. Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan harus selalu ditegakkan.³⁸

Secara khusus Islam telah menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya adalah etika dalam berdagang (berbisnis) yang merupakan salah satu bentuk dari kegiatan ekonomi. Prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai perdagangan atau perniagaan merupakan tolok ukur kejujuran, kepercayaan dan ketulusan. Menurut Abdul Manan, sekarang ini banyak ketidaksempurnaan

³⁸Ahmad Azhar Bashir, Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam Berbagai Aspek Ekonomi Islam, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1992)

pasar yang seharusnya dapat dilenyapkan jika prinsip ini diterima oleh inasyarakat bisnis dari bangsa-bangsa yang ada di dunia.³⁹

Prinsip perdagangan atau perniagaan ini sebenarnya sudah banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an maupun Al-Sunnah, diantaranya :

- a) Larangan sumpah palsu, dalam berdagang (berbisnis), kita dilarang menggunakan sumpah palsu demi terjualnya barang-barang dagangannya. Hal ini sebagaimana sabda Nabi saw. :

الْحَلْفُ مَنْفَعَةٌ لِلتَّالِعَةِ هَمْقَةٌ لِلْبَرَكَةِ (رواه البخاري ومسلم)

"Bersumpah (palsu) dapat mempercepat lakunya dagangan, tetapi dapat menghilangkan berkah (yang terkandung didalamnya)".

- b) Takaran yang benar, dalam berdagang (berbisnis), nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diutamakan, artinya kita tidak boleh mengurangi atau melebihkan timbangan atau takaran. Hal ini sebagaimana firman

Allah Q.S Al-Mutaffifin Ayat 1-3 :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذْ أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذْ أَكَالُوهُمْ
أَوْ زَنُّوهُمْ يُخْسِرُونَ (المطففين: ١-٣)

³⁹Abdul Manan, Teori dan Praktek Ekonomi Islam, (Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1995)

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi".⁴⁰

c) Itikad baik, dalam berdagang (berbisnis), i'tikad baik merupakan hakekat dari bisnis itu sendiri, artinya dalam berbisnis hendaklah didasarkan pada i'tikad dan tujuan yang baik, sehingga menguntungkan semua pihak tanpa merugikan salah satu pihak. I'tikad baik juga dapat menimbulkan hubungan yang baik dalam usaha. Oleh karena itu Islam menganjurkan apabila melakukan transaksi sebaiknya dinyatakan secara tertulis dengan menjelaskan rukun dan syarat-syaratnya.

2. Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perspektif Islam

Perlindungan konsumen dalam era globalisasi menjadi sangat penting, karena konsumen disamping mempunyai hak-hak yang bersifat universal, juga mempunyai hak yang sangat bersifat spesifik dengan demikian peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen harus memuat nilai-nilai yang universal dan nilai-nilai yang spesifik sesuai dengan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat dan nilai-nilai dalam Islam.

⁴⁰Al-quran Surat Al-Mutaffifin Ayat 1-3

Apabila dikaji dari pasal demi pasal dalam undang-undang perlindungan konsumen, tampaknya banyak ketentuan yang sesuai dengan nilai-nilai bisnis Islam walaupun dengan redaksi yang berbeda tetapi substansi dan tujuannya sama, yaitu untuk melindungi konsumen, jujur dalam takaran atau timbangan, ber'tikad baik dalam usaha, menjual barang yang baik kualitasnya, larangan menyembunyikan barang yang cacat, larangan bermain-main sumpah dan larangan persaingan tidak sehat. Namun demikian dalam beberapa hal (ketentuan) tertentu, etika bisnis Islam belum tersentuh dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, misalnya larangan memperjualbelikan barang atau jasa yang haram, larangan riba dan keharusan mengeluarkan zakat. Untuk itu perlu adanya dukungan dari berbagai lapisan masyarakat yang mayoritas beragama Islam untuk mendesak pemerintah agar membuat peraturan-peraturan yang mengandung nilai-nilai Islam.

Berkaitan dengan prinsip-prinsip tersebut di atas, lebih jauh Hamzah Ya'cub merinci prinsip-prinsip moral dagang (bisnis) menurut Islam sebagai berikut :

- a. Jujur dalam takaran
- b. Menjual barang yang halal
- c. Menjual barang yang baik mutunya
- d. Tidak boleh menyembunyikan barang yang cacat Tidak boleh main-main sumpah

- e. Longgar dan bermurah hati
- f. Tidak boleh menyaingi kawan, maksudnya bahwa kita dilarang kawan dengan cara yang tidak benar.
- g. Mencatat utang-piutang, maksudnya bahwa dalam transaksi utang-piutang hendaklah dicatat atau ditulis pihak yang memberi utang, pihak yang berutang, alamat keduanya, besarnya uang atau barang yang diutangkan, waktu terjadinya utang dan waktu pengembalian utang sebagai ikatan perjanjian.
- h. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ
 بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْخُذْ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ
 وَلْيُمْلَأِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا
 (البقرة: ٢٨٢)

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai (utang) untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun dari utangnya".

- i. Mengeluarkan zakat 2,5 persen sebagai pembersih harta.
- j. Larangan riba, maksudnya bahwa kita dilarang mengambil manfaat dari suatu harta secara tidak benar, karena hal itu

عَنْ عَلِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : كُلُّ قَرْضٍ جَرٌّ مُنْفَعَةٌ فَهُوَ مِنْ وَجْهِهِ الرَّبْوِيُّ (رواه البيهقي)

"Tiap-tiap piutang yang mengambil manfaat, maka itu salah satu dari beberapa macam riba."⁴¹

Sesuai dengan perkembangan zaman dan kesadaran masyarakat untuk membentuk masyarakat beragama dan patuh terhadap ketentuan-ketentuanNya dalam melakukan Transaksi secara elektronik, maka diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dan hendaklah semua lapisan masyarakat, baik para penegak hukum, pemerintah maupun masyarakat itu sendiri mendukung semua ketentuan yang sudah ada demi jalannya hukum secara baik dan benar sesuai syariah Islam

⁴¹Hamzah Ya'cub, *Etika Islam : Pembinaan Akhlaqul Karimah (Suatu Pengantar)*, CV. Diponegoro, 1996)

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi dan Informasi Elektronik melalui Tokopedia

1. Sejarah dan Latar Belakang Tokopedia

Berpusat di Jakarta, Tokopedia membangun sebuah perusahaan teknologi kelas dunia yang berusaha terus menciptakan peluang, meningkatkan inklusi keuangan, serta membantu semua masyarakat Indonesia untuk berkembang menjadi lebih makmur.

Sejarah berdirinya Tokopedia.com secara resmi diluncurkan ke public pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Pt. Tokopedia mendapatkan seed funding (pendanaan awal) dari PT. Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya, Tokopedia kembali mendapatkan suntikan dana dari pemodal ventura global seperti East Ventures (2010), Cyber Agent Ventures 28 (2011), Netprice (2012), dan SoftBank Ventures Korea (2013). Lalu pada Oktober 2014, Tokopedia berhasil mencetak sejarah sebagai perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara, yang menerima investasi sebesar USD 100 juta atau sekitar Rp. 1,2 Triliun dari Sequoia Capital dan SoftBank Internet and Media Inc (SIMI). Pada April 2016, Tokopedia kembali

dikabarkan mendapatkan investasi sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp. 1,9 Triliun⁴²

Berkat peranannya dalam mengembangkan bisnis daring di Indonesia, Tokopedia berhasil meraih penghargaan Marketeers of the Year 2014 untuk sektor e-Commerce pada acara Markplus Conference 2015 yang digelar oleh Markplus Inc. pada tanggal 11 Desember 2014. Pada 12 Mei 2016, Tokopedia terpilih sebagai Best Company in Consumer Industry dari Indonesia Digital Economy Award 2016.

Pada tahun 2018, Tokopedia kembali meraih beberapa penghargaan. Mei lalu lalu aplikasi Tokopedia berhasil memuncaki Apple Store mengalahkan Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Sementara di Android, Tokopedia juga berhasil menjadi #3 Top Chart di Google Play mengalahkan Facebook dan Instagram. Pada Desember 2018 Tokopedia terpilih sebagai aplikasi terbaik pilihan masyarakat di Google Play.

2. Visi dan Misi Tokopedia

Visi dari Tokopedia adalah “Membangun Indonesia lebih baik, lewat internet”. Sedangkan Tokopedia memiliki Misi yaitu : Untuk terus berusaha memberikan kesempatan kepada setiap individu di Indonesia untuk memulai bisnis dengan mudah dan gratis di Tokopedia. Berikut Misi pada Tokopedia :

⁴²(<http://republiktok.com/2016/10/profilperusahaan-tokopedia-dan-kisah-pendirinya> diakses pada 13 Desember 2021)

- a. Selalu positif
 - i. *Keep positive attitude* (selalu membangun dan memelihara sikap positif dan menjauhkan sikap negatif).
 - ii. *Build Positive Teamwork* (belajar dan bertumbuh bersama dan memperlakukan rekan kerja seperti keluarga).
- b. Memecahkan masalah
 - i. *Solution Oriented* (menganalisa inti permasalahan dan kemudian mencari solusi terbaik untuknya).
 - ii. *Think BIG* (berpikir jauh ke depan untuk setiap langkah yang diambil).
 - iii. *Set Your Standards Very Very High* (jangan mudah puas dan selalu temukan target dan tantangan baru).
 - iv. *Accepting Challenges, Embracing Mistakes* (menerima tantangan dan belajar dari kesalahan).
- c. Menjadi yang Terbaik
- d. Generasi Indonesia yang Lebih Baik
 - i. *Integrity* (memelihara sikap jujur dan menjaga integritas yang baik).
 - ii. *Character* (membangun dan menjaga nilai-nilai karakter diri yang positif)
- e. Fokus pada pelanggan

- i. *Build Awesome Product* (membangun produk yang bermanfaat).
- ii. *Give Best Service* (selalu memberikan pelayanan yang terbaik)⁴³

3. Logo, Maskot dan Slogan Tokopedia

tokopedia

Gambar : Logo Tokopedia

Logo pada Tokopedia didominasi oleh warna hijau karena warna hijau identik dengan bumi yang menjadi lambang dari kerendahan hati dan ketenangan. Tokopedia selalu berusaha untuk “tidak egois” dan selalu melihat dari sisi pengguna. Banyak fitur-fitur di Tokopedia yang berasal dari masukan para Toppers (pengguna aplikasi Tokopedia). Toped (Burung hantu berwarna hijau) adalah “maskot” dari Tokopedia. Logo dari Tokopedia itu sendiri adalah tulisan berwarna hijau yang bertuliskan “tokopedia”. Pemilihan warna pada logo ini sengaja dipilih warna hijau

⁴³ <https://www.tokopedia.com/>

karena secara psikologis ketika kita melihat warna hijau ada ketenangan dalam warna tersebut, perusahaan Tokopedia juga ingin bisa menjadi lebih dekat dengan masyarakat khususnya pada daerah-daerah yang kurang terjangkau.



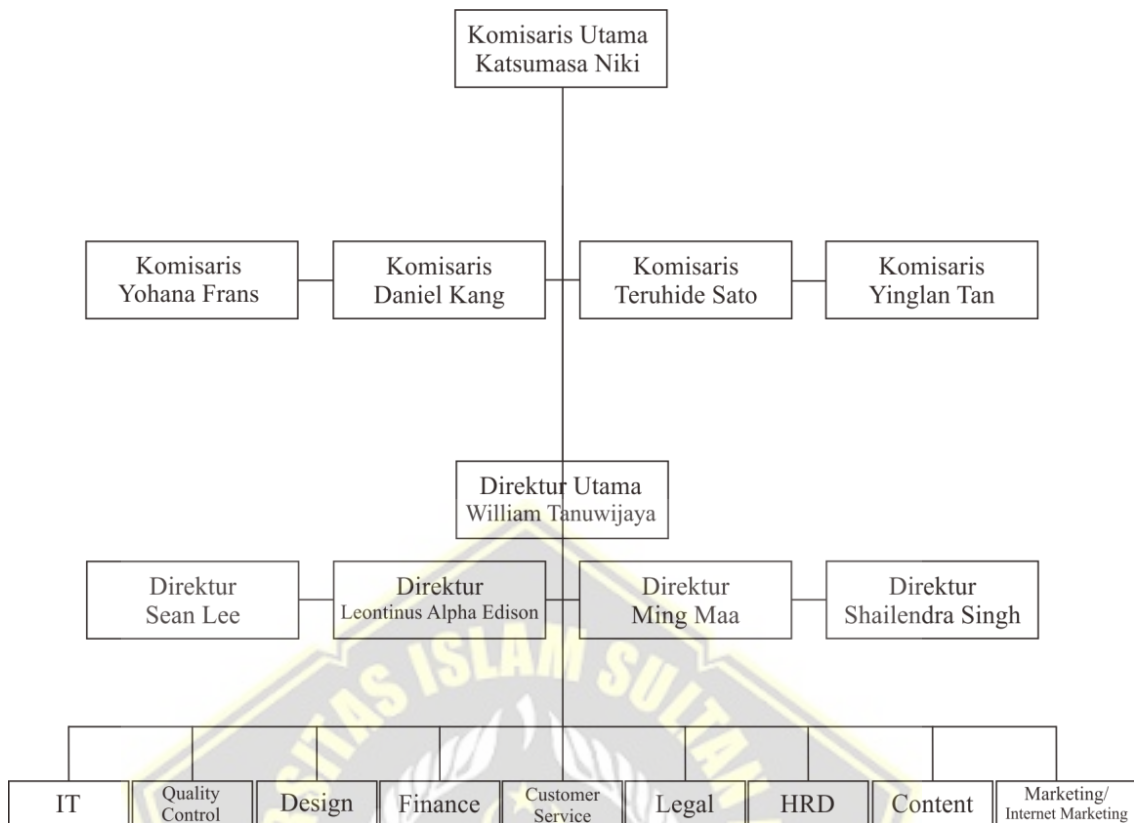
Gambar : “Toped” Maskot Tokopedia

Toped sebagai “maskot” dari Tokopedia dan kenapa burung hantu karena burung hantu banyak dijadikan sebagai simbol kecerdasan dan kebijaksanaan, serta burung hantu juga memiliki kemampuan untuk melihat ke semua arah. Begitu pula dengan Tokopedia yang selalu berusaha untuk melihat dari berbagai sudut, baik pembeli maupun penjual, dalam mengembangkan layanan Tokopedia agar bisa semakin memudahkan.

Slogan “Sudah cek Tokopedia belum?” menjadi salah satu pemasaran Tokopedia ke publik justru sukses membuat orang dengan mudah mengenal dan mengetahui Tokopedia. Slogan ini memiliki latar belakang, Tokopedia selalu menjalin hubungan baik dengan user maupun *merchant*-nya. Selain itu Tokopedia juga berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk user dan *merchant*-nya. Oleh sebab itu untuk bisa menjalin hubungan dan memberikan pelayanan yang baik, Tokopedia selalu dekat dengan user dan *merchant*nya. Kedekatan ini akhirnya membawa Tokopedia menemukan slogannya. User dan *merchant* sering ditanya "Kalo mau cari barang bagus dan murah dimana ya?" mereka dengan kompak menjawab "Udah cek Tokopedia?". Karena banyaknya user dan *merchant* yang menyampaikan kalimat ini, Tim Management dan Tim Repp akhirnya menjadikan "Sudah cek Tokopedia belum?" sebagai slogan dari Tokopedia.

4. Struktur Perusahaan

Perusahaan Tokopedia memiliki berbagai tim divisi untuk mencapai tujuan dari perusahaan ini, oleh karena itu tidak akan lepas dari struktur organisasi di dalamnya . Berikut struktur kepegawaian dari perusahaan Tokopedia :



Gambar : Bagan Struktur Jabatan Tokopedia

Berikut Sebagian Job Description dari masing masing jabatan di perusahaan Tokopedia :

No.	Tanggung Jawab	Indikator Keberhasilan
1	<p>Komisaris Utama/ Komisaris :</p> <p>Pelaksanaan rapat secara berkala.</p> <p>Pemberian nasihat, tanggapan dan/atau persetujuan secara tepat waktu dan berdasarkan pertimbangan yang memadai</p>	<p>Komisaris Utama/ Komisaris :</p> <p>Telah melakukanberkewajiban mengawasi kebijakan Direksi dalam menjalankan Perseroan serta memberikan nasihat kepada Direksi</p> <p>Memiliki itikad baik dan penuh</p>

	<p>Pemberdayaan komite-komite yang dimiliki Komisaris. Contohnya Komite Audit, Komite Nominasi dll.</p> <p>Mendorong terlaksananya implementasi good corporate governance.</p> <p>Melakukan kerjasama perusahaan</p>	<p>tanggungjawab menjalankan tugas untuk kepentingan dan usaha Perseroan</p> <p>Telah melakukan semua tanggung jawab dan tugasnya.</p>
2	<p>Direktur Utama/Direktur :</p> <p>Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang administrasi keuangan, kepegawaian dan kesekretariatan.</p> <p>Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan dan peralatan perlengkapan.</p> <p>Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan.</p> <p>Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direktur Utama.</p>	<p>Direktur Utama/Direktur :</p> <p>Terpenuhinya kebutuhan kerja sama antara perusahaan Tokopedia dengan Perusahaan lainnya.</p> <p>Telah mengerjakan semua wewenang dan tanggung jawabnya.</p>

	<p>Dalam melaksanakan tugas-tugas Direktur Umum bertanggung jawab kepada Direktur Utama.</p> <p>Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif</p> <p>Menawarkan visi dan imajinasi di tingkat tertinggi.</p> <p>Memimpin rapat umum,</p> <p>Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar</p> <p>Menjalankan tanggung jawab dari direktur perusahaan sesuai dengan standar etika dan hukum.</p>	
3	<p>Marketing/ Internet Marketing :</p> <p>Melakukan Optimisasi Tokopedia di Mesin Pencari</p> <p>Melakukan Optimisasi di Sosial Media</p> <p>Melakukan Riset Online (Google Keyword Planner dan Google Trend)</p>	<p>Marketing/ Internet Marketing :</p> <p>Melakukan semua tugas dan tanggung jawabnya.</p> <p>Telah mencapai target divisi tim.</p>
4	Content :	Content :

	<p>Pembuatan Konten di Blog Tokopedia</p> <p>Mengkoordinir semua yang berhubungan dengan konten dalam website Tokopedia.</p>	<p>Melakukan semua tugas dan tanggung jawabnya.</p> <p>Telah mencapai target divisi tim.</p>
5	<p>Design :</p> <p>Melakukan tugas yang berhubungan dengan Design dalam Perusahaan seperti design Banner, Web, hingga Design Banner Pengiklanan</p>	<p>Design :</p> <p>Melakukan semua tugas dan tanggung jawabnya.</p> <p>Telah mencapai target divisi tim.</p>
6	<p>HRD :</p> <p>Merekrut personil untuk posisi yang sesuai dengan kemampuan mereka.</p> <p>Membuat Kebijakan</p> <p>Memberikan pelatihan dan pengembangan staf.</p> <p>Monitoring kinerja dari setiap karyawan.</p> <p>Memutuskan pemberian pengangkatan jabatan dan kompensasi.</p>	<p>HRD :</p> <p>Melakukan semua tugas dan tanggung jawabnya.</p> <p>Telah mencapai target divisi tim.</p>

	<p>Monitoring perlengkapan kesehatan dan keselamatan bagi karyawan.</p> <p>Trouble shooting dan pemecahan masalah bagi karyawan.</p> <p>Menjaga hubungan dengan setiap karyawan.</p>	
--	--	--

Untuk terwujudnya sistem jual beli online yang harmonis antara pelaku usaha dan konsumen pihak Tokopedia sendiri memiliki wewenang dalam setiap transaksi penjualannya yaitu : Tokopedia berwenang untuk membatalkan transaksi dan/atau menahan dana transaksi dalam hal: (i) nomor resi kurir pengiriman Barang yang diberikan oleh Penjual tidak sesuai dan/atau diduga tidak sesuai dengan transaksi yang terjadi di Situs Tokopedia; (ii) Penjual mengirimkan Barang melalui jasa kurir/logistik selain dari yang disediakan dan terhubung dengan Situs Tokopedia; (iii) jika nama produk dan deskripsi produk tidak sesuai/tidak jelas dengan produk yang dikirim; (iv) jika ditemukan adanya manipulasi transaksi; dan/atau (v) mencantumkan nomor resi pengiriman Barang yang telah digunakan oleh Penjual lainnya (internal dropshipper).

5. Website dan Aplikasi Tokopedia

Tokopedia resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat.

Pada tahun pertama peluncurannya bisa dibbilang cukup baik dan sangat membanggakan. Hal itu terbukti dengan adanya perolehan penghargaan dari Bubu Award sebagai salah satu Bisnis Startup E-commerce terbaik di Indonesia. 17 Agustus 2010 Tokopedia menggaet 4659 merchants dengan 44785 members. Suatu pencapaian yang luar biasa selama setahun tersebut dari jumlah transaksi awal bulan berdirinya hanya Rp 33 juta melejit hingga Rp 5,954 milyar pada ulang tahun pertama 17 Agustus 2010. Sekaligus pada ulang tahun pertama Tokopedia, Tokopedia melepas tag beta version yang mengindikasikan bahwa Tokopedia siap untuk melayani merchant dan customer yang bertransaksi pada sistem mereka. Limit harga produk dinaikkan senilai Rp 25 juta yang sebelumnya hanya mencapai Rp 9,99 juta. Begitupun dengan limit transaksi pada market place Tokopedia naik menjadi Rp 40 juta dari Rp 15 juta. Setelah ulang tahun yang pertamanya, perusahaan yang digawangi oleh 2 orang hebat ini terus melakukan improvisasi pada fitur mereka, kecepatan akses serta terus memperbaiki layanan customer care. Tokopedia juga menggandeng bank

Mandiri dan bank BCA untuk memberikan keamanan transaksi antara merchant dan customer. Pembayaran dapat dilakukan dengan transfer ke salah satu rekening Tokopedia, Mandiri ClickPay, Mandiri E-cash, dan BCA KlikPay. East Ventures (2010), CyberAgent Venture (2011), Beenos (2012) serta Softbank (2013), Sequoia, dll.

Pada tahun 2014 Tokopedia juga melebarkan sayapnya untuk merintis aplikasi mobile atau sebuah sistem elektronik untuk Android. Bahkan Tokopedia juga telah mempunyai rencana untuk membuat aplikasi untuk para pengguna sistem operasi iOS dan juga versi tablet dan pada tahun 2015 aplikasi sistem elektronik Tokopedia telah diluncurkan untuk sistem operasi iOS.

Sebagaimana yang diatur didalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik.⁴⁴

Pada awalnya Tokopedia telah menjamin data privasi penggunanya dan perlindungan data pribadi ini, namun pada tahun 2020 Tokopedia mengalami kebocoran data sampai dengan 91 juta data akun. Pada awal Mei

⁴⁴Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

2020 Tokopedia dihantam kebocoran data 15 juta akunya. Akun yang membocorkan juga menginfokan memiliki dan akan menjual 91 juta data pengguna Tokopedia. Data yang sebelumnya diperjualbelikan seharga USD 5.000 atau sekitar Rp 70 juta itu kini bisa didownload secara bebas.

6. Mekanisme Transaksi Elektronik Tokopedia



Pada poin ke 5 konsumen sudah bisa untuk bertransaksi secara elektronik dengan pelaku usaha, dan disinilah biasanya banyak ditemui masalah oleh konsumen saat bertransaksi dengan pelaku usaha, contohnya seperti barang yang tidak sesuai dengan gambar, barang yang diterima cacat

produk, pelaku usaha mengirim barang kosong, bentuk pelayanan jasa yang tidak sesuai seperti yang dijanjikan pada konsumen, barang sangat lama diterima oleh konsumen. Kemudian bagaimana jika konsumen dirugikan ? Konsumen yang dirugikan dalam melakukan transaksi e-commerce berhak mendapatkan perlindungan hukum, karena konsumen yang melakukan transaksi melalui internet telah memenuhi kewajibannya dalam hal beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa, membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dan dapat mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Barang & atau Jasa Melalui E-Commerce di Tokopedia

Bahwa berdasarkan Surat Edaran Menteri Koinfo Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Dan Merchant Electronic Commerce, Tokopedia dengan online shop telah dibedakan kedudukannya menjadi suatu istilah masing-masing. Tokopedia disebut sebagai pihak penyedia platform karena Tokopedia adalah pihak yang menyediakan platform itu sendiri. Platform diartikan adalah sebagai wadah berupa aplikasi, situs, internet, dan/atau layanan konten lainnya berbasis internet yang digunakan untuk transaksi dan/atau fasilitas perdagangan melalui sistem elektronik. Online shop yang telah mendaftar di Tokopedia untuk menjalankan kegiatan

perdagangannya disebut dengan istilah pengguna platform. Pengguna platform adalah orang yang mengakses, membuka dan atau melakukan transaksi perdagangan melalui platform yang disediakan oleh penyedia platform. Online shop sebagai pengguna platform menggunakan platform sebagai ruang untuk memperdagangkan barang-barang miliknya.

Terkait dengan kerugian yang dialami oleh pembeli apabila timbul suatu kerugian yang dialami oleh pembeli maka secara prinsipnya online shop itulah yang harus bertanggung jawab sebagai pihak pengguna platform, bukan penyedia platform Tokopedia. Apabila merujuk kepada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan:

- 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 sebagaimana 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.

Bahwa berdasarkan pasal di atas khususnya pada angka 1-5, maka pelaku usahalah yang harus bertanggung jawab apabila pembeli mengalami kerugian atas barang yang telah dibelinya. Kewajiban pelaku usaha untuk mengganti rugi kepada konsumen yang telah mengalami kerugian di saat bersamaan pula menjadi hak bagi konsumen/pembeli mendapatkan ganti rugi tersebut. Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan hak-hak dan kewajiban yang dimiliki konsumen, antara lain:

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

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

Dalam hak dan kewajiban diatas dapat disimpulkan bahwasannya dalam kasus yang penulis teliti tersebut ada beberapa pasal di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dilanggar oleh produsen atau pelaku usaha. Baik, mungkin penulis akan mulai dari Pasal 4 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, di dalam undang-undang tersebut dinyatakan bahwa salah satu hak konsumen adalah "*Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan*"⁴⁵ sedangkan dalam kasus skripsi ini yang penulis teliti terdapat penyelewengan atau pelanggaran terkait pasal tersebut. Yaitu barang

⁴⁵Pasal 4 Huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

yang dijual oleh produsen atau pelaku usaha tidak sesuai dengan nilai tukar barang tersebut. Apakah arti sebuah kertas bergambarkan kain yang dijual oleh produsen atau pelaku usaha online shop. Hal tersebut menimbulkan masalah bagi konsumen yaitu Farasist apabila ia membeli dalam jumlah banyak maka saat di konversikan jumlah panjang kain yang ia terima akan berbeda dari keterangan. Tentu saja hal tersebut tidak sesuai dengan nilai tukar barang tersebut. Dan hal ini bertentangan dengan yang menjadi tujuan dari hukum perlindungan konsumen dalam Pasal 3 angka 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu *“Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha”*. Yang seharusnya hal tersebut dimaksudkan agar para produsen atau pelaku usaha dapat memahami hak-hak konsumen yang harus mereka penuhi, dan tidak hanya mengejar keuntungan besar di dalam usaha yang mereka jalankan, tetapi juga harus mengutamakan hak-hak yang harus diberikannya kepada konsumen.⁴⁶ Tidak seperti dalam kasus yang penulis teliti, bahwasannya produsen atau pelaku usaha cenderung tidak menghargai hak-hak konsumen.

Dalam Pasal 4 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatas disebutkany *“Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”* terdapat pelanggaran yang dilanggar oleh produsen atau pelau usaha, bahwasannya pihak produsen atau pelaku usaha terkesan memberikan informasi yang kurang jelas dan kurang jujur mengenai

⁴⁶Dewi, Eli Wuria. 2015. *Hukum perlindungan konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

kondisi barang tersebut. Karena dalam kasus tersebut diketahui produsen atau pelaku usaha jelas memasang judul “PE Baby Terry 1 kg” padahal yang ditawarkan oleh produsen atau pelaku usaha tersebut bukanlah sebuah Kain Pe Baby Terry melainkan sebuah kertas bergambar kain dan terdapat tulisan panjang 2,6 m. Meskipun di dalam keterangan tertulis “hanya gambar saja” tentu setiap orang akan berpikir bahwasannya produk yang ditawarkan tersebut adalah sebuah Kain PE Baby Terry 1kg panjang 2,6 m dikarenakan judul dan deskripsi tersebut mewakili isi dalam sebuah produk yang ditawarkan tersebut. Tentu saja apabila produsen atau pelaku usaha jelas dan jujur mengenai kondisi barang tersebut, selayaknya produsen atau pelaku usaha memberikan judul yang semestinya dengan kondisi barang tersebut, bukannya menggunakan ketidakcermatan konsumen untuk meraih untung yang setinggi-tingginya. Padahal seharusnya tujuan dari pasal hak konsumen tersebut adalah agar produsen pelaku usaha selalu terbuka dan transparan atas informasi kondisi suatu produk yang ditawarkannya yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga konsumen tidak merasa telah dirugikan karena berdasar informasi yang di dapatkan tidak sesuai dengan kondisi produk yang ditawarkan oleh produsen atau pelaku usaha.⁴⁷

Dalam kasus Satria dan Ricky yang penulis teliti mereka merasa dirugikan karena pelaku usaha online shop tidak bertanggung jawab terhadap produk yang telah mereka kirim. Bahwa berdasarkan Pasal 4 di atas khususnya pada angka 8 terlihat jelas bahwa *“konsumen/pembeli memiliki hak untuk mendapatkan*

⁴⁷Ibid;

kompensasi, ganti rugi, dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya". Maka dengan demikian sudah jelaslah bahwa online shop adalah sebagai pihak yang harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh pembeli.

Di dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa termasuk hak konsumen adalah mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian sebagaimana mestinya, maka dari itu tentu produsen atau pelaku usaha seharusnya mengganti rugi barang yang diterima konsumen tersebut, bukannya mengambil hak produsen, yaitu dengan cara menghilang tanpa kabar dan lari dari persengketaan dan akhirnya mengakibatkan kerugian pada konsumen. Hal tersebut yang dilakukan produsen atau pelaku usaha dapat tergolong perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) dicantumkan dalam Pasal 1365 KUHPerdara, Subekti dalam pasal ini berpendapat bahwa: "Tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut".⁴⁸ Dan oleh sebab tersebut produsen atau pelaku usaha harus memberikan ganti rugi. Ketentuan dalam Pasal 1365 KUHPerdara kemudian dipertegas kembali dalam Pasal 1366 KUHPerdara yaitu: "Setiap orang bertanggung jawab tidak hanya untuk kerugian yang ditimbulkan

⁴⁸R. Subekti, dan Tjirosudibio, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,. Dikutip dari Abdul Halim Barkatullah, Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia, Nusa Media, Bandung, 2016

oleh perbuatannya tetapi juga disebabkan oleh kelalaiannya.”⁴⁹ Setiap pelaku transaksi baik secara elektronik maupun non elektronik yang terbukti bersalah dan menyebabkan kerugian terhadap pelaku lainnya ahrus mempertanggung jawabkan perbuatannya.

Kemudian pada Pasal 8 Ayat 1 huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 17 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat 2 dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.”

⁴⁹Pasal 1365-1366 KUHPerdara Tentang Perbuatan Melawan Hukum

Selanjutnya pada Pasal 49 Ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Lebih lanjut ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Jika Barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan maka Pasal 49 Ayat 3 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Apabila pelaku usaha menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli online, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 378 KUHP tentang penipuan *“Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun”*.⁵⁰

⁵⁰Pasal 378 KUHP Mengatur Tentang Penipuan

Pasal 28 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, “Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”. Terhadap pelanggaran Pasal 28 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tersebut maka dapat diancam pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45A Ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik:

“Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat 1 dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Namun pertanyaan masih muncul, apakah memang online shop yang harus bertanggung jawab apabila pembeli telah dirugikan? Melihat pertanggung jawaban untuk mengganti rugi sesuai yang ada di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maka pelaku usaha lah yang bertanggung jawab. Sedangkan di dalam situs internet atas pelaksanaan jual beli barang di Tokopedia terdapat 2 pelaku usaha, Tokopedia dan Online Shop. Lalu pelaku usaha mana yang harus bertanggung jawab ? Terhadap pertanyaan di atas sebenarnya ada 2 hal yang dapat diperhatikan untuk mengetahui pelaku usaha mana yang harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami pembeli. Yang

pertama dilihat dari segi hubungan hukumnya. Pembeli memiliki hubungan hukum dengan penjual. Pembeli membeli barang dari siapa? Dari hubungan hukum akan mudah dilihat pelaku usaha mana yang harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh pembeli.

Pada dasarnya hubungan hukum ini tidak menjadi suatu kebenaran mutlak khususnya pada pihak pembeli. Di dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen khususnya disebutkan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pembeli belum tentu menjadi pihak yang memakai barang dan atau jasa, karena bisa saja barang yang dibeli tersebut diberikan kepada pihak lain. Walaupun dengan demikian yang menjadi patokannya adalah bukan pada pembeli semata namun dari mana barang tersebut diperoleh atau dibeli.

Cara yang kedua adalah dengan melihat berdasarkan Surat Edaran Menteri Kominfo Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Dan Merchant Electronic Commerce. Bahwa berdasarkan di dalam surat edaran tersebut, Tokopedia selaku penyedia platform sama sekali tidak memiliki kewajiban terkait dengan produk barang yang dijualnya, akan tetapi kewajiban itu ada pada online shop yang mana sebagai pengguna platform yang kedudukannya sebagai pedagang. Huruf D angka 1 huruf a Surat Edaran Menteri Kominfo Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Dan Tanggung Jawab Penyedia Platform

Dan Merchant Electronic Commerce disebutkan bahwa tanggung jawab pedagang (merchant) atau dalam hal ini dapat disebut sebagai pengguna platform disebutkan wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak dan produk barang dan atau jasa yang ditawarkan.

⁵¹Berdasarkan penjelasan di atas terlihatlah dengan jelas kedudukan online shop atau disebut dengan pengguna platform adalah sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab atas barang dagangannya, bukan pada penyedia platform (Tokopedia). Batasan-batasan tanggungjawab ini sudah seharusnya dibuat dan dijelaskan agar masyarakat tidak mengalami kesalahan dalam mendudukkan pihak yang semestinya bertanggung jawab atas kerugian yang dialaminya terkait dengan barang yang dibeli secara online melalui platform tertentu.

Lebih lanjut, Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan larangan-larangan bagi produsen atau pelaku usaha yang berujung pada kerugian konsumen. Pelanggaran terhadap larangan-larangan tersebut merupakan tindak pidana. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

⁵¹Surat Edaran Menteri Kominfo Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Dan Merchant Electronic Commerce

- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku

usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat.

- j. Tidak mencantumkan informasi dan/ atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.⁵²

Apabila dicermati, kepentingan yang akan dilindungi ketentuan pidana sebagaimana disebut di dalam pasal diatas adalah:

- a. Kepentingan atas kemanan dan keselamatan diri, kesehatan, martabat, dan jiwa orang.
- b. Kepentingan atas harta benda.
- c. Kepentingan atas perekonomian secara nasional

Apabila dihubungkan dengan hak-hak konsumen, dapat dikatakan bahwa ketentuan pidana sebagaimana diatur dalam pasal diatas bertujuan agar melindungi konsumen atas hak-hak yang dimiliki konsumen tersebut serta menciptakan suasana perdagangan yang sehat secara keseluruhan.⁵³ Meskipun undang-undang Perlindungan Konsumen Indonesia belum menjangkau permasalahan e-commerce secara keseluruhan tetapi untuk penjual/produsen yang jelas alamat dan keberadaannya melakukan wanprestasi, maka penjual/produsen tersebut tetap dapat dituntut menurut hukum. Dalam transaksi e-commerce, pelaku usaha adalah pihak yang paling berpotensi melakukan wanprestasi karena

⁵²Zulham. 2016. *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta : Kencana.

⁵³Janus Sidabalok, *Hukum Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006

kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli terjadi saat pembeli melakukan pembayaran. Dengan demikian, pembeli adalah pihak yang terlebih dahulu memenuhi prestasi.

Ketentuan Wanprestasi diatur dalam Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang berbunyi: “Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan Ialai, tetap Ialai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan”.⁵⁴

Menurut Prof. R. Subekti, S.H. dalam bukunya tentang “Hukum Perjanjian”, wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
3. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya⁵⁵

Jika salah satu dari 4 macam kondisi tersebut terjadi, maka konsumen secara perdata dapat menggugat penjual online dengan dalih terjadi wanprestasi

⁵⁴Pasal 1243 KUHPerdata Tentang Wanprestasi

⁵⁵Prof. R. Subekti, S.H, Hukum Perjanjian, Intermedia, Jakarta, 2008

(misalnya, barang yang Anda terima tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang dimuat dalam tampilan home page/web site).

Selanjutnya dalam hal ini adalah kebijakan dan aturan yang diterapkan dalam situs transaksi elektronik tersebut, karena kebijakan dan aturan yang tertera tersebut dapat menyimpulkan apakah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan dalam situs transaksi elektronik tersebut dianggap legal oleh developer situs tersebut dan apakah kebijakan tersebut sudah dinilai melindungi hak-hak dan kewajiban konsumen. Berikut kebijakan yang penulis kutip dari situs transaksi elektronik tersebut yaitu situs www.tokopedia.com.

Pada situs Tokopedia bagian Term dan Condition terdapat beberapa poin yaitu poin A sampai dengan W, di dalam poin A yang memuat definisi yang termuat di situs tokopedia terdapat 7 sub poin terkait skripsi ini diantaranya:

Pada sub poin 3 terdapat pengertian dari syarat dan ketentuan yang dimuat dalam situs tersebut yang berbunyi “Syarat & ketentuan adalah perjanjian antara Pengguna dan Tokopedia yang berisikan seperangkat peraturan yang mengatur hak, kewajiban, tanggung jawab pengguna dan Tokopedia, serta tata cara penggunaan sistem layanan Tokopedia” yang berarti di dalam poin Definisi dalam syarat dan ketentuan tokopedia sudah membahas bahwa adanya hak dan tanggung jawab pengguna, dan aturan tersebut seharusnya dipatuhi semua pengguna situs web tersebut.

Pada sub poin 5 di dalam poin A tentang Definisi terdapat kalimat “Pembeli adalah Pengguna terdaftar yang melakukan permintaan atas Barang

yang dijual oleh Penjual di Situs Tokopedia” yang berarti setiap pengguna yang telah terdaftar di dalam situs tersebut dan melakukan permintaan atas barang yang dijual oleh produsen atau pelaku usaha di situs Tokopedia dapat disebut konsumen.

Dalam sub poin 6 poin A tentang Definisi disebutkan bahwa “Penjual adalah Pengguna terdaftar yang melakukan tindakan buka toko dan/atau melakukan penawaran atas suatu Barang kepada para Pengguna Situs Tokopedia” cukup jelas produsen atau pelaku usaha disini adalah hampir sama dengan konsumen, akan tetapi melakukan tindakan buka took dan/ atau melakukan penawaran atas suatu barang kepada para pengguna, tidak hanya konsumen akan tetapi seluruh pengguna berarti dapat juga produsen atau pelaku usaha lain yang dapat penawaran tersebut.⁵⁶

Pada poin B tentang Akun, Saldo Tokopedia, Password dan Keamanan, yang selanjutnya disebut dengan singkatan poin ASPK, di dalam poin ASPK ini terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan skripsi ini, yakni terdapat 8 sub poin di dalam poin ASPK tersebut, berikut adalah rincian ke 8 sub poin tersebut yakni:

Pada sub poin pertama atau yang ke 1 dinyatakan bahwa “Pengguna dengan ini menyatakan bahwa pengguna adalah orang yang cakap dan mampu untuk mengikatkan dirinya dalam sebuah perjanjian yang sah menurut hukum”. Maka yang dimaksud disini adalah setiap pengguna dianggap oang yang sudah cakap dan mengikatkan dirinya kepada perjanjian yang sah menurut hukum. Perjanjian yang

⁵⁶www.tokopedia.com.

dimaksud disini adalah perjanjian elektronik sebagaimana dimaksud Pasal 1 Angka 17 di dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi “Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik”.⁵⁷ Karena di dalam hal ini tentu susah untuk memakai perjanjian tertulis, maka dipakailah kontrak elektronik, yang sudah diatur di dalam Undang-Undang Informasi dan Elektronik serta dalam syarat dan ketentuan situs Tokopedia. Dan yang dimaksud menurut hukum disini adalah menurut hukum yang berlaku di Indonesia karena situs Tokopedia adalah situs lokal Indonesia.

Di dalam sub poin ketiga dinyatakan “Pengguna yang telah mendaftar berhak bertindak sebagai:

- a. Pembeli
- b. Penjual, dengan memanfaatkan layanan buka toko”

Di dalam Pasal 1 Ayat 2 dan 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang membahas tentang konsumen dan produsen atau pelaku usaha yang berbunyi: Ayat 2 “*Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan*”. Ayat 3 “*Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik*

⁵⁷Pasal 1 Angka 17 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi". Maka yang dimaksudkan dalam ayat tersebut di dalam syarat dan ketentuan situs Tokopedia adalah "konsumen" selaku pembeli dan "Pelaku usaha" sebagai penjual.

Dinyatakan dalam sub poin 5 dinyatakan bahwa "Tokopedia tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada Pengguna, memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan yang perlu atas setiap dugaan pelanggaran atau pelanggaran Syarat & ketentuan dan/atau hukum yang berlaku, yakni tindakan berupa memindahkan Barang ke gudang, penghapusan Barang, moderasi toko, penutupan toko, pembatalan listing, suspensi akun, dan/atau penghapusan akun pengguna" jadi pihak situs Tokopedia memiliki kewenangan untuk tindakan atas setiap perbuatan yang diduga atau memang merupakan pelanggaran syarat dan ketentuan situs maupun pelanggaran hukum yang berupa beberapa tindakan yang sudah tertera di atas.

Sub poin 6 berisi "Tokopedia memiliki kewenangan untuk menutup toko atau akun Pengguna baik sementara maupun permanen apabila didapati adanya tindakan kecurangan dalam bertransaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan Tokopedia" terkait sub poin 6 pada poin ASPK tersebut di dalam kasus yang termuat di dalam skripsi ini maka memang pada dasarnya produsen atau pelaku usaha memang bermasalah karena pihak situs Tokopedia menutup toko akun tersebut. Karena mungkin menurut tokopedia hal yang dilakukan oleh oknum pengguna yang berperan sebagai penjual atau disebut produsen atau

pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut melanggar dan melakukan tindakan kecurangan yang tidak sesuai dengan poin-poin syarat dan ketentuan tokopedia tersebut, dan juga melanggar beberapa hak konsumen yang seperti dimaksudkan diatas.

Pada yang ketiga adalah pada poin D tentang Transaksi Pembelian terdapat beberapa sub poin yang menyangkut skripsi ini, diantaranya:

- a. “Pembeli wajib bertransaksi melalui prosedur transaksi yang telah ditetapkan oleh Tokopedia. Pembeli melakukan pembayaran dengan menggunakan metode pembayaran yang sebelumnya telah dipilih oleh Pembeli, dan kemudian Tokopedia akan meneruskan dana ke pihak Penjual apabila tahapan transaksi jual beli pada sistem Tokopedia telah selesai” jadi yang terjadi disini adalah pihak situs Tokopedia hanya menyediakan ruang kepada penjual dan pembeli atau konsumen dan produsen atau pelaku usaha untuk melakukan proses transaksi jual beli. Pihak situs Tokopedia juga menyediakan beberapa metode pembayaran yang nantinya akan disalurkan ke pihak produsen atau pelaku usaha sebagai penjual untuk menerima uang dari konsumen atau pembeli tersebut, dan tidak lebih dari itu
- b. Saat melakukan pembelian Barang, Pembeli menyetujui bahwa :
 1. Pembeli bertanggung jawab untuk membaca, memahami, dan menyetujui informasi/deskripsi keseluruhan Barang (termasuk

- didalamnya namun tidak terbatas pada warna, kualitas, fungsi, dan lainnya) sebelum membuat tawaran atau komitmen untuk membeli.
2. Pembeli mengakui bahwa warna sebenarnya dari produk sebagaimana terlihat di situs Tokopedia tergantung pada monitor komputer Pembeli. Tokopedia telah melakukan upaya terbaik untuk memastikan warna dalam foto-foto yang ditampilkan di Situs Tokopedia muncul seakurat mungkin, tetapi tidak dapat menjamin bahwa penampilan warna pada Situs Tokopedia akan akurat.
 3. Pengguna masuk ke dalam kontrak yang mengikat secara hukum untuk membeli Barang ketika Pengguna membeli suatu barang.
 4. Tokopedia tidak mengalihkan kepemilikan secara hukum atas barang-barang dari Penjual kepada Pembeli.
- c. Pengembalian dana dari Tokopedia kepada Pembeli hanya dapat dilakukan jika dalam keadaan-keadaan tertentu berikut ini:
1. Kelebihan pembayaran dari Pembeli atas harga Barang,
 2. Masalah pengiriman Barang telah teridentifikasi secara jelas dari Penjual yang mengakibatkan pesanan Barang tidak sampai,
 3. Penjual tidak bisa menyanggupi order karena kehabisan stok, perubahan ongkos kirim, maupun penyebab lainnya,
 4. Penjual sudah menyanggupi pengiriman order Barang, tetapi setelah batas waktu yang ditentukan ternyata Penjual tidak mengirimkan Barang hingga batas waktu yang telah ditentukan.

5. Penyelesaian permasalahan melalui Pusat Resolusi berupa keputusan untuk pengembalian dana kepada Pembeli atau hasil keputusan dari pihak Tokopedia.
6. Tokopedia berwenang mengambil keputusan atas permasalahan permasalahan transaksi yang belum terselesaikan akibat tidak adanya kesepakatan penyelesaian, baik antara Penjual dan Pembeli, dengan melihat bukti-bukti yang ada. Keputusan Tokopedia adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak Penjual dan Pembeli untuk mematuhi. Dalam kasus di skripsi ini adalah pengambilan keputusan oleh pihak situs Tokopedia yakni menutup toko tersebut, yang didasarkan bahwa toko tersebut tentu telah melanggar syarat dan ketentuan yang dimuat di dalam situs Tokopedia tersebut.
7. Pembeli memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa invoice yang diterbitkan adalah atas nama Penjual.

Yang keempat di dalam poin E yakni tentang Transaksi Penjualan, dalam poin ini terdapat beberapa yang terkait dengan kasus dalam skripsi, diantaranya:

- a. Penjual dilarang memanipulasi harga Barang dengan tujuan apapun. Sudah cukup jelas.
- b. Penjual dilarang melakukan penawaran / berdagang Barang terlarang sesuai dengan yang telah ditetapkan pada ketentuan "Jenis Barang".Sudah cukup jelas.

- c. Penjual wajib memberikan foto dan informasi produk dengan lengkap dan jelas sesuai dengan kondisi dan kualitas produk yang dijualnya. Apabila terdapat ketidaksesuaian antara foto dan informasi produk yang diunggah oleh Penjual dengan produk yang diterima oleh Pembeli, maka Tokopedia berhak membatalkan/menahan dana transaksi. Disini memang pengelabuhan dari produsen atau pelaku usaha cukup cerdas, yakni dengan memapangkan gambar Kain PE Baby Terry bertuliskan panjang 2,6 meter, akan tetapi produsen atau pelaku usaha dengan cara liciknya tersebut membuat pengelabuhan yang merugikan konsumen atau pembeli tersebut, dengan menilik kerugian yang diakibatkannya tersebut dan ketidak sesuaian produk atau barang tersebut, maka perlulah dilakukan perlindungan konsumen, karena apabila dibiarkan, maka akan marak kejadian seperti ini.
- d. Dalam menggunakan Fasilitas "Judul Produk", "Foto Produk", "Catatan" dan "Deskripsi Produk", Penjual dilarang membuat peraturan bersifat klausula baku yang tidak memenuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, termasuk namun tidak terbatas pada (i) tidak menerima komplain, (ii) tidak menerima retur (penukaran barang), (iii) tidak menerima refund (pengembalian dana), (iv) barang tidak bergaransi, (v) pengalihan tanggung jawab (termasuk tidak terbatas pada penanggunggon ongkos kirim), (vi) penyusutan nilai harga dan (vii) pengiriman barang acak secara sepihak. Jika terdapat

pertentangan antara catatan toko dan/atau deskripsi produk dengan Syarat & Ketentuan Tokopedia, maka peraturan yang berlaku adalah Syarat & Ketentuan Tokopedia. Sub poin ini pihak situs Tokopedia juga sudah memperingatkan Produsen atau pelaku usaha agar senantiasa berlaku bertanggung jawab, tidak hanya sekedar melakukan penjualan saja.

- e. Penjual wajib memberikan balasan untuk menerima atau menolak pesanan Barang pihak Pembeli dalam batas waktu 2 hari terhitung sejak adanya notifikasi pesanan Barang dari Tokopedia. Jika dalam batas waktu tersebut tidak ada balasan dari Penjual maka secara otomatis pesanan akan dibatalkan.
- f. Demi menjaga kenyamanan Pembeli dalam bertransaksi, Penjual memahami dan menyetujui bahwa Tokopedia berhak melakukan moderasi toko Penjual apabila Penjual melakukan penolakan, pembatalan dan/atau tidak merespon pesanan Barang milik Pembeli dengan dugaan untuk memanipulasi transaksi, pelanggaran atas Syarat dan Ketentuan, dan/atau kecurangan atau penyalahgunaan lainnya.
- g. Tokopedia memiliki kewenangan untuk menahan pembayaran dana di Rekening Resmi Tokopedia sampai waktu yang tidak ditentukan apabila terdapat permasalahan dan klaim dari pihak Pembeli terkait proses pengiriman dan kualitas Barang. Pembayaran baru akan dilanjutkan kepada Penjual apabila permasalahan tersebut telah selesai

dan/atau Barang telah diterima oleh Pembeli. Oleh sebab itu yang terjadi disini biasanya adalah barang sampai dan terkadang pembeli atau konsumen langsung mengkonfirmasi bahwa barang telah sampai sebelum membukanya, karena konsumen atau pembeli sudah percaya dengan situs jual beli online tersebut. Mungkin dari sini juga menjadi celah yang empuk bagi produsen atau pelaku usaha untuk melancarkan aksi pengelabuhannya.

- h. Tokopedia berwenang mengambil keputusan atas permasalahan-permasalahan transaksi yang belum terselesaikan akibat tidak adanya kesepakatan penyelesaian, baik antara Penjual dan Pembeli, dengan melihat bukti-bukti yang ada. Keputusan Tokopedia adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak Penjual dan Pembeli untuk mematuhi.
- i. Penjual memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa invoice yang diterbitkan adalah atas nama Penjual.

Yang kelima adalah poin F yakni penataan etalase, di dalam poin f ini terdapat beberapa hal yang menjadi dasar ketentuan terkait skripsi, yakni:

- a. Penamaan Barang harus dilakukan sesuai dengan informasi detail, spesifikasi, dan kondisi Barang, dengan demikian Pengguna tidak diperkenankan untuk mencantumkan nama dan/atau kata yang tidak berkaitan dengan Barang tersebut. Yang dimaksudkan disini adalah di dalam judul barang atau produk yang dimaksud haruslah jelas dan

sesuai dengan informasi detail, spesifikasi dan kondisi barang, agar tidak menimbulkan multitafsir dalam pemahaman akan barang tersebut. Dan di dalam judul barang atau produk tersebut, seharusnya tidak diperkenankan menggunakan atau mencantumkan dengan ketidakterkaitan dengan barang atau produk yang dijual. Sedangkan dalam kasus di dalam skripsi ini, lebih condong dalam ketidaksesuaian judul dengan informasi detail, spesifikasi, dan kondisi barang atau produk dan pencantuman atau penggunaan nama tidak sesuai saat barang diterima.

- b. Penamaan barang dan informasi produk harus sesuai dengan kondisi Barang yang ditampilkan; Pengguna tidak diperkenankan mencantumkan nama dan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi Barang

Perlindungan hukum terhadap konsumen sebagai pengguna Tokopedia berkaitan erat dengan adanya jasa yang diberikan oleh pihak Tokopedia dengan peraturan yang mengatur secara terbatas dan tidak terbatas. Fungsi dari masing-masing ruang lingkup itu berbeda-beda.

Peraturan yang dibuat oleh pihak Tokopedia adalah salah satu contoh ruang lingkup terbatas yang bertujuan untuk melindungi hak para pihak yang bertransaksi, para pihak yang dimaksud disini adalah pelaku usaha dan konsumen.

Tokopedia juga menyarankan mengapa harus jualan online di Tokopedia, karena mudah untuk mendapatkan kepercayaan konsumen baru, tidak perlu takut

dengan barang yang tidak sesuai karena sebelum diteruskan pencairan dana ke penjual, konsumen bisa mengatur fitur Cash on Delivery (COD) atau bayar ditempat, Tokopedia juga memberikan layanan verifikasi pembayaran otomatis, sehingga pelaku usaha bisa fokus pada perkembangan bisnis online, tanpa harus direpotkan dengan verifikasi pembayaran manual yang ribet. Verifikasi pembayaran dilakukan otomatis oleh Tokopedia dari semua Bank di Indonesia.

Tokopedia juga terhubung ke berbagai logistik, tidak perlu lagi membalas pesan seputar biaya ongkos kirim, Tokopedia kini terhubung ke 6 logistik terbesar Indonesia. Hitung ongkos kirim dan tracking pesanan dapat dilakukan secara otomatis dan real-time.

Berdasarkan hasil riset penulis tidak hanya fitur-fitur dan mekanisme transaksi elektronik diatas, Tokopedia juga memiliki mekanisme perlindungan konsumen yang cukup unik ketika konsumen bersengketa dengan penjual. Secara garis besar literatur penyelesaian Tokopedia dibagi menjadi kedua bagian yaitu secara mediasi dan negosiasi secara virtual atau daring, hal-hal ini diambil untuk menyederhanakan penyelesaian sengketa yang terjadi di Tokopedia.

Alasan diambilnya mekanisme penyelesaian secara virtual dikarenakan efisiensi pengeluaran dana atau biaya berlebih dalam penyelesaian sengketa atau dengan kata lain menghemat biaya. Secara logis hal ini diambil karena banyak barang yang berharga murah jika dilakukan sengketa secara langsung maka biaya barang justru tidak sebanding dengan mekanisme penyelesaian sengketa secara langsung.

Mekanisme negosiasi dalam penyelesaian sengketa adalah mekanisme yang difasilitasi oleh Tokopedia untuk negosiasi. Negosiasi dalam hal ini mempertemukan penjual dan konsumen dalam satu forum virtual yang keduanya diperkenankan untuk saling bernegosiasi mencari jalan keluar atas barang yang rusak ataupun tidak sesuai. Negosiasi yang dilakukan berupa penyertaan bukti, penyertaan resi dan kemauan masing-masing pihak dalam negosiasi tersebut. Apabila telah ditemukan atau disepakati masing-masing pihak dalam penyelesaian masalah barang tersebut maka perjalanan dari kesepakatan tersebut harus dilakukan paling maksimal 2 hari setelah disepakati.

Mediasi dalam mekanisme penyelesaian sengketa secara online (Online Dispute Resolution) adalah ketika masing-masing pihak penjual ataupun konsumen dalam langkah negosiasinya tidak menemui jalan keluar maka pihak Tokopedia masuk sebagai pihak penengah dalam penyelesaian masalah. Pihak Tokopedia sebagai pihak ketiga yang masuk dalam menangani permasalahan tersebut dapat meminta keterangan pihak lainnya seperti kurir, ataupun pihak jasa ekspedisi lainnya yang dapat dimintai keterangan atas kasus tersebut.

Berikut merupakan tahap-tahap dalam penyelesaian sengketa melalui Online dispute resolution di Tokopedia yang melewati tahapan negosiasi dan mediasi dalam perjalanan mekanismenya tahap-tahap ini akan dijelaskan secara rinci yang didapat dari hasil wawancara penulis dan pihak Tokopedia.

Mekanisme penyelesaian sengketa barang atau jasa di Tokopedia memiliki beberapa tahap yang memfasilitasi penyelesaian masalah transaksi antara

Konsumen dan Penjual, bahwasanya Tokopedia memiliki fitur yang secara otomatis menahan dana pembayaran barang ke Penjual sampai dengan permasalahan yang dilaporkan ke Pusat Resolusi selesai. Dalam hal ini, Konsumen dan Penjual wajib memberikan bukti-bukti transaksi jual beli berupa foto barang, nota pembelian, slip resi pengiriman dan yang dikeluarkan oleh masing-masing pihak. Penyelesaian masalah melalui pusat resolusi dapat berupa solusi yang dihasilkan berdasarkan kesepakatan antara Konsumen dan Penjual. Jika penjual tidak memberikan jawaban dalam waktu 1 x 24 jam, maka Tokopedia memiliki hak untuk membantu menyelesaikan masalah yang sedang terjadi antara Penjual dan Konsumen.

Jika tidak ada kesepakatan antara Konsumen dan Penjual dalam jangka waktu 1 x 24 jam, maka disini pihak Tokopedia memiliki hak untuk membantu menyelesaikan kendala. Dalam hal ini Tokopedia dapat membantu menyelesaikan kendala sesuai dengan Syarat dan Ketentuan yang sudah di tentukan oleh pihak Tokopedia, bahwasanya konsumen dan penjual harus menyetujui bahwa Tokopedia berwenang untuk mengambil keputusan atas permasalahan tersebut dengan melihat bukti-bukti yang ada bukti-bukti baru yang harus dilengkapi masing-masing pihak. Tokopedia berwenang untuk melakukan mediasi atau mengambil keputusan untuk penyelesaian masalah didalam diskusi Pusat Resolusi, walaupun salah satu pihak konsumen ataupun penjual belum memberikan tanggapan atas solusi yang diberikan Pusat Resolusi dalam jangka waktu 1 x 24 jam, keputusan Tokopedia terhadap Penjual dan Konsumen

memiliki hak untuk banding, dengan persyaratan bahwa pihak yang mengajukan upaya banding harus mengajukan bukti baru di luar dari bukti-bukti sebelumnya.

Konsumen dan Penjual wajib menyetujui bahwa keputusan Tokopedia atas upaya banding adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak Penjual dan Konsumen untuk mematuhi hal tersebut, dalam hal ini pengguna Tokopedia harus memahami bahwa Pusat Resolusi tidak berlaku untuk produk pakaian dalam bekas, kendala yang berkaitan dengan rasa, aroma atau tekstur produk dan semua produk dalam daftar jenis barang yang dilarang diperjual-belikan di Tokopedia seperti Syarat dan Ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak Tokopedia.⁵⁸

Seluruh proses pengembalian barang yang telah disetujui ketika terjadi pengembalian barang dikarenakan kerusakan atau ketidaksesuaian yang mengakibatkan dirugikannya konsumen maka biaya pengiriman ditanggung berdasarkan kesepakatan para pihak. Kesepakatan para pihak didapatkan berdasarkan hasil diskusi pada platform resolusi yang telah disediakan oleh Tokopedia sehingga hasil diskusi menentukan pihak mana yang akan menanggung biaya kirim. Pihak konsumen dan penjual bisa saling menanggung salah satu pihak ataupun keduanya berdasarkan tanggung renteng untuk menanggung biaya kirim untuk ketidaksesuaian barang yang dibeli.

Apabila telah terjadi kesepakatan untuk proses pengembalian yang besaran biaya kirim ditanggung salah satu pihak dan telah dikirim alamat pengembalian

⁵⁸Ibid;

oleh pihak konsumen maka selama dua hari pembeli harus mengirimkan barang tersebut. Pengembalian barang yang tidak sesuai waktu yang telah disepakati maka pembeli dianggap menerima barang tersebut tanpa memiliki hak-hak hukum lainnya atas barang yang telah diterima.

Pembuktian barang yang diterima oleh pembeli atas ketidaksesuaian atau kerusakan barang diberikan batasan waktu yaitu satu hari untuk melampirkan bukti-bukti yang ada. Apabila konsumen tidak melampirkan bukti-bukti dalam waktu sehari maka konsumen dianggap menyetujui barang yang telah sampai, hal ini dikarenakan batasan hari menentukan penerusan uang yang telah disetor ke Tokopedia dan uang disalurkan kepada Penjual.

Mekanisme penyelesaian sengketa secara online atau virtual di atas mempertimbangkan asas keadilan, dan kesetaraan dalam hak dan kewajiban masing-masing pihak. Sehingga dalam mekanisme penyelesaian sengketa ini Tokopedia dianggap turut serta bertanggungjawab dalam setiap hal yang terjadi diperistiwa hukum jual beli yang ada di Tokopedia. Pertanggungjawaban yang dilakukan Tokopedia dilakukan secara mutlak sebagai pihak ketiga yang terkait dalam peristiwa tersebut, hal ini dilakukan dalam rangka melindungi hak-hak konsumen dan pelaku usaha.

C. Kendala-Kendala dan Solusi dalam Perlindungan Hukum Terhadap

Konsumen pada Jual Beli di Tokopedia

Tokopedia selalu berusaha untuk mendahulukan kepentingan dan kepuasan konsumen maupun penjual melalui berbagai fasilitas, pelayanan, dan sarana prasarana yang diberikan kepada mitra penjual maupun kepada konsumen. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri Tokopedia juga memiliki kendala atau hambatan dalam beberapa hal yang menjadi faktor hambatan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pelayanan diantaranya sebagai berikut :

1) Sumber Daya Manusia

Untuk meningkatkan kinerja perusahaan, Tokopedia pada saat ini masih kekurangan tenaga pada beberapa wilayah di Indonesia khususnya Semarang seperti Customer Service, HRD, IT, Marketing, dll. Solusinya, untuk mengatasi sumber daya manusia di Tokopedia yaitu dengan menambah jumlah tenaga agar pelayanan menjadi maksimal dan diharapkan bisa mengatasi masalah-masalah yang muncul pada transaksi secara elektronik antara penjual dengan konsumen melalui Tokopedia.

2) Server Down dan Bermasalah

Terkadang masih ditemui aplikasi yang susah untuk dibuka atau sedang memuat terus menerus, saat harbolnas contohnya dengan

antusias konsumen yang sangat banyak mengakses aplikasi Tokopedia secara bersamaan servernya pun tidak kuat dan mengalami penurunan koneksi, ini mengakibatkan banyak konsumen yang sedang melakukan transaksi di Tokopedia menjadi terganggu. Solusinya Tokopedia perlu membanahi lagi server yang sudah ada atau bisa dengan menambah sistem jaringan baru yang mampu diakses seluruh masyarakat Indonesia. Tokopedia pada tahun 2020 pernah mengalami kebocoran data pada servernya. Adanya 91 juta data yang bocor ini membuktikan betapa lemahnya regulasi perundang-undangan kita yang menaungi wilayah siber dan data pribadi. Sekali lagi, RUU Perlindungan Data Pribadi harus segera diselesaikan dan wajib mengatur sanksi serta standar teknologi yang dijalankan untuk penyelenggara sistem elektronik. Pada kasus tersebut Tokopedia juga melanggar ketentuan Peraturan Pemerintah No 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik pasal 25 poin g. Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyampaikan informasi kepada Pengguna Sistem Elektronik paling sedikit mengenai:

- a. identitas Penyelenggara Sistem Elektronik;
- b. objek yang ditransaksikan;
- c. kelaikan atau keamanan Sistem Elektronik;
- d. tata cara penggunaan perangkat;
- e. syarat kontrak;

- f. prosedur mencapai kesepakatan; dan
- g. jaminan privasi dan/atau perlindungan Data Pribadi.⁵⁹

3) Miskomunikasi antara Customer Service dengan Konsumen

Tingkat pemahaman dari konsumen berbeda-beda, tingkat pendidikan yang rendah, konsumen merasa awam mengenai istilah yang disampaikan Customer Service dan konsumen yang tidak mau tahu yang mengakibatkan tidak tersampainya informasi dengan baik justru akan menjadi faktor yang memperlemah perlindungan hukum terhadap konsumen apabila Customer Service melakukan kesalahan dan kelalaian. Solusinya yaitu pihak Tokopedia bekerja lebih keras lagi untuk edukasi terhadap konsumen, bisa disertai dengan foto maupun video praktik penjelasan saat konsumen mengeluh kepada Customer Service.

4) Konsumen Kurang Paham Tentang Mekanisme Perlindungan Hukum yang Tokopedia Hadirkan

Kurangnya edukasi terhadap konsumen memberikan efek pandangan buruk pada perusahaan Tokopedia saat konsumen merasa hak-haknya tidak terpenuhi, seperti yang hasil riset penulis diatas Tokopedia telah memberikan banyak fitur guna melindungi hak-hak konsumen. Namun beberapa dari fitur tersebut masih kurang teredukasikan

⁵⁹Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

terhadap konsumen. Tokopedia perlu mengkampanyekan lebih meriah lagi fitur-fitur yang penulis riset diatas agar masyarakat lebih tau dan bisa merasakan bertransaksi secara elektronik dengan lebih aman.

Guna mempermudah evaluasi, berbagai kendala dan solusi yang dilakukan dalam upaya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam Tokopedia Penulis rangkum dalam tabel berikut :

No	Hambatan	Solusi
1	Kekurangan Tenaga Seperti Customer Service, HRD, IT, Marketing	Menambah jumlah tenaga dengan cara melakukan rekrutmen Customer Service, HRD, IT, Marketing
2	Kurang nya tenaga yang handal dan professional dalam melakukan pelayanan pada konsumen	Menambah tenaga yang handal dan professional, saat melakukan recruitmen bisa lebih teliti lagi.
3	Tingkat pemahaman dari konsumen berbeda-beda karena faktor pendidikan	Customer Service maupun tenaga lainnya memberikan KIE kepada konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami disertai foto dan video praktik penjelasannya.

4	Konsumen merasa awam mengenai istilah yang disampaikan Tokopedia	Tokopedia memberikan KIE kepada konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami disertai foto dan video praktik penjelasannya.
5	Konsumen yang tidak mau tahu yang mengakibatkan tidak tersampainya informasi dengan baik	Tokopedia memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan ketidakpuasannya terhadap pelayanan baik secara langsung maupun melalui media <i>online</i> disertai dengan bukti yang jelas.
6	Data Bocor, Server Bermasalah	Tokopedia harus meningkatkan lagi kualitas servernya dari segi data enkripsinya, dan keamanan data akun konsumen.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu bisa melalui jalur persidangan dengan didasari oleh Undang-Undang yang mengatur dan disebutkan oleh penulis diatas kemudian masuk kepersidangan. Sedangkan konsumen juga bisa bebas untuk mengajukan protes kepada Tokopedia apabila terdapat penjual yang tidak memenuhi kewajibannya dan bisa melaporkannya pada Pusat Resolusi guna menyelesaikan sengketa jual beli tersebut dan Tokopedia berhak untuk meminta bukti jual beli dari penjual maupun konsumen. Apabila Salah satu dari penjual maupun konsumen tidak ada kejelasan maka Tokopedia berhak mengambil putusan terhadap sengketa tersebut.
2. Kendala terhadap perlindungan hukum pada Konsumen dalam jual beli di Tokopedia antara lain di disebabkan oleh kurangnya Sumber Daya Manusia baik Customer Service, HRD, IT, Marketing, dll. Aplikasi yang terkadang masih mengalami server down dan bermasalah, serta miskomunikasi antara Customer Service dengan Konsumen akibat tingkat pemahaman dari Konsumen berbeda-beda, tingkat pendidikan Konsumen yang rendah, Konsumen merasa awam mengenai istilah yang disampaikan Tokopedia yang

mengakibatkan tidak tersampainya informasi dengan baik. Solusinya adalah dengan cara menambah tenaga ahli dan handal serta meningkatkan dukasi yang lebih simple dan disertai dengan foto maupun video praktik agar lebih jelas pada konsumen yang masih awam, Tokopedia harus meningkatkan lagi kualitas servernya dari segi data enkripsinya, dan keamanan data akun konsumen.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan dari pembahasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Konsumen hendaknya dapat lebih aktif dalam mengejar informasi tentang perlindungan konsumen seperti informasi yang berasal dari Undang-Undang, KUHP, KUHPerdata, Peraturan Pemerintah dan Peraturan yang ada pada Tokopedia.
2. Bagi Manajemen Tokopedia, perlunya edukasi kepada konsumen yang mengenai penyampaian informasi jual beli online secara praktis, agar pasien yang tadinya kurang paham atas informasi yang disampaikan Tokopedia dapat menangkap dan memahami informasi tersebut.
3. Bagi Tokopedia harus selalu aktif memberikan edukasi kepada konsumen seperti mensosialisasikan aturan-aturan dan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang dimiliki pihak Tokopedia.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Al-quran Surat Al-Mutaffifin Ayat 1-3

Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1995)

Adi Sulisty Nugroho, 2016 *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Ekuilibria: Yogyakarta.

Ahmad Azhar Bashir, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam Berbagai Aspek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1992)

Bahreysi, Budi. 2018. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli secara online. *Delega lata*, 131-142

Departemen Pendidikan Nasional, 2008 *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV* (PT Gramedia Pustaka: Jakarta.

Dewa Gde Rudy, I. M, 2016 *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Fakultas Hukum Universitas UDAYANA: Denpasar.

Dewi, Eli Wuria. 2015. *Hukum perlindungan konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Hamzah Ya'cub, *Etika Islam : Pembinaan Akhlaqul Karimah (Suatu Pengantar)*, CV. Diponegoro, 1996)

Janus Sidabalok, *Hukum Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006

John M.Echols dan Hassan Shadily, 2003 *Kamus Inggris Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Lia Sautunnida, *Jual Beli Melalui Internet (ECommerce) Kajian Menurut Buku III KUH Perdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik* (Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala, 2008)

- Mansyur M Ali, 2007 *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press: Yogyakarta.
- Mohd. Ma'sum Billah, 2003 *Modern Financial Transaction Under Syariah*. Ilmiah Publisher: Petaling Jaya.
- Nurmandjito, 2000 *Dalam kumpulan makalah Hukum Perlindungan Konsumen*, penerbit Mandar Maju: Bandung.
- Peter Mahmud Marzuki, 2011 *Penelitian Hukum*, Kencana: Jakarta.
- R. Subekti, S.H, 1989 *Aneka Pejanjian*, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- R. Subekti, S.H, 2008 *Hukum Perjanjian*, Intermedia: Jakarta
- R. Subekti, dan Tjirosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,. Dikutip dari Abdul Halim Barkatullah, Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, 2016
- Shidarta. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo: Bandung.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2006 *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Soerjono, dan Sri Mamudji, S.H., M.L.L., 2013 *Penelitian Hukum Normatif, Cet. 15.*, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Sony Keraf, 1998 *Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius: Yogyakarta.
- Sri Mamudji, et al. 2005 *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*: Badan Penerbit FHUI: Jakarta.
- Sugiyono, 2018 *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta: Bandung.
- Tim Penyusun, 2016 *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Fakultas Hukum Universitas Udayana: Denpasar.
- Wahyu Sasongko, 2007 *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Universitas Lampung: Bandar Lampung.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

B. Undang-Undang

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi & Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Surat Edaran Menteri Kominfo Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Dan Merchant Electronic Commerce

C. Jurnal/Artikel Ilmiah

Jusrianti, Juniar Andi Maghrifah. 2021. Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Makassar. Jurnal Emik, Volume 4. hal 38.

Mashdurohatun, A. (2019). Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori dan Praktik). Portal Jurnal Universitas Islam Sultan Agung, 1-137.

Brahmana, Dewa Gede A. Y, Anak Agung Sri Utari. 2016. Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen. Jurnal Fakultas Hukum Udayana.1- 5

Bahreysi, Budi. 2018. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli secara online. *Delega lata*, 131-142.

D. Internet

<http://republikpos.com/2016/10/profilperusahaan-tokopedia-dan-kisah-pendirinya>

diakses pada 13 Desember 2021

<https://www.tokopedia.com/>

