

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI OLEH PENJUAL ONLINE SHOP MELALUI
*E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh :

Lorenzo Arya Moniaga

NIM : 30301900199

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2023**

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI OLEH PENJUAL ONLINE SHOP MELALUI
*E-COMMERCE***



Pada Tanggal : 03 Agustus 2023

Dosen Pembimbing :

Dr. Arpangi, S.H, M.H

NIDN : 0611066805

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI OLEH PENJUAL ONLINE SHOP MELALUI
E-COMMERCE

Dipersiapkan dan disusun oleh

Lorenzo Arya Moniaga

NIM : 30301900199

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal, 14 Agustus 2023
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji

Ketua



Dr. Denny Suwondo, S.H., M.H

NIDN : 0617106301

Anggota

Anggota



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

NIDN : 0611066805



Dr. Setyawati, S.H., M.Hum

NIDK : 8808823420

Mengetahui,



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

NIDN : 0607077601

MOTTO

Jagalah pikiranmu karena akan menjadi perkataan, jagalah perkataanmu karena akan menjadi perbuatan, dan jagalah perbuatanmu karena akan menjadi kebiasaan.

-Habib Muhammad Lutfi bin Yahya-

Ketika kamu sudah berada di jalan yang benar menuju Allah, maka berlailah. Jika itu sulit bagimu, maka berlari kecillah. Jika kamu lelah, maka berjalanlah. Jika itupun tidak mampu, merangkaklah. Namun, jangan pernah sekalipun kamu berpikir untuk berbalik arah atau berhenti.

-Habib Muhammad Al-Mutohhar-

Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.

-Ridwan Kamil-

Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat.

-Imam Syafi'i-

Barang siapa keluar mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.

-HR. Tirmidzi-

Kesuksesan bukanlah kunci dari kebahagiaan. Sebaliknya, Kebahagiaan adalah kunci dari kesuksesan.

-Bob Dylan-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, saya persembahkan karya sederhana ini teruntuk :

- Kedua orangtua saya Bapak Sugeng Aryanto dan Ibu Wahyuningsih yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan doa yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesan dalam mencapai cita-cita saya.
- Kakak saya Lorenza Aryatama, S.E. dan adik saya Lorensia Arya Nabila.
- Bapak-Ibu Guru TK Hj. Isriati Baiturrahman 1, SD Hj. Isriati Baiturrahman 1, SMP Islam Sultan Agung 1, SMK Penerbangan Kartika Aqasa Bhakti Semarang.
- Seluruh Sahabat dan Teman baik saya.
- Almamater saya Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama Mahasiswa : Lorenzo Arya Moniaga
Nomor Induk Mahasiswa : 30301900199
Fakultas : Hukum
Program Studi : Strata 1 (S1) Ilmu Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul : **Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Oleh Penjual Online Shop Melalui E-Commerce** tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam serangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis atau sumbernya.

Demikian apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak disengaja, bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung dan menerima segala akibat yang timbul sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 02 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Lorenzo Arya Moniaga

NIM. 30301900199

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Lorenzo Arya Moniaga
Nomor Induk Mahasiswa : 30301900199
Fakultas : Hukum
Program Studi : Strata 1 (S1) Ilmu Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul:

“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI OLEH PENJUAL ONLINE SHOP MELALUI E-COMMERCE” dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

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

Semarang, 02 Agustus 2023



2000
METERAI
TEMPEL
2FAKX573599951

Lorenzo Arya Moniaga

NIM : 30301900199

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, tempat dimana penulis mengabdikan sebagai hamba serta memohon segala doa dan harapan. Hanya karena rahmat, hidayah, dan keridhaan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI OLEH PENJUAL ONLINE SHOP MELALUI E-COMMERCE”** dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ilmu Hukum pada Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa muatan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik penyusunan, penulis maupun isi atau materinya. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dari kemampuan yang penulis miliki. Meskipun demikian, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar. Berharap skripsi yang telah dibuat ini dapat berguna, bermanfaat bagi penulis dan orang lain dalam menambah wawasan.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan yang diperoleh adalah berkat bantuan dan dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orangtua saya Bapak Sugeng Aryanto dan Ibu Wahyuningsih.
2. Kakak saya Lorenza Aryatama, S.E. dan adik saya Lorensia Arya Nabila.
3. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E., Akt., M.Hum, selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., M.H, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ibu Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Bapak Dr. Arpangi, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan II dan Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan waktu, tenaga serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Dr. Denny Suwondo, S.H., M.H dan Ibu Dr. Setyawati, S.H., M.Hum, selaku Dosen Penguji Penulisan Hukum (Skripsi)
8. Bapak Dr. Achmad Arifullah, S.H., M.H, selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
9. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberi ilmu, mendidik dan mengarahkan dalam masa perkuliahan selama menjadi mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, tanpa mengurangi rasa hormat, terimakasih atas dukungan serta bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama ini sehingga karya sederhana ini dapat terwujud dan bermanfaat untuk kepentingan bersama.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan atas semua kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam masa pengerjaan, bimbingan, revisi, hingga proses penyelesaian skripsi ini.

Semarang, 02 Agustus 2023

Lorenzo Arya Moniaga

NIM. 30301900199

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Penelitian

D. Manfaat Penelitian

E. Terminologi

F. Metode Penelitian

G. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Perlindungan Hukum
- B. Konsumen
- C. Penjual Online atau Pelaku Usaha
- D. Online Shop
- E. Barang Online
- F. *E-Commerce*
- G. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perspektif Islam

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi *Melalui E-Commerce*
- B. Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Pesanan Menurut Peraturan *E-Commerce*
- C. Penyelesaian Masalah Antara Kedua Belah Pihak Dalam Sengketa *E-Commerce*

BAB IV PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAK

Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Oleh Penjual Online Shop Melalui *E-Commerce*. Permasalahan dalam skripsi ini dituangkan dalam tiga rumusan masalah, yang pada inti pokok mempertanyakan mengenai bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen, bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap barang yang tidak sesuai dan bagaimana penyelesaian masalah sengketa antara kedua belah pihak menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Penulis menggunakan metode penelitian normatif dan teknik pengumpulan data dihimpun dari data primer dan data sekunder. Data primer diolah dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan. Data sekunder diolah dari buku, jurnal, laporan tertulis dan dokumen-dokumen lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa barang yang dijual melalui *e-commerce* atau lebih tepatnya *online shop*, apabila barang yang dipromosikan atau dipajang dan saat datang ke pembeli tidak sesuai maka penjual tersebut telah melanggar hal-hal yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Sebagai konsumen berhak dalam mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian barang yang sesuai. Pertanggungjawaban pelaku usaha yaitu dengan memberikan ganti rugi atau penggantian barang yang sesuai dengan apa yang telah konsumen beli dan penyelesaian sengketa terhadap kedua belah pihak dengan cara bertemu langsung antara pembeli dan penjual atau melalui surat menyurat (*email*) agar penyelesaian masalah cepat terselesaikan dan tidak memerlukan biaya yang besar.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Pertanggung jawaban Pemilik Usaha, Belanja Online dan Perspektif Islam Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

Consumer Legal Protection Against Incompatible Goods By Online Shop Sellers Through E-Commerce. The problems in this thesis are outlined in three problem formulations, which at the heart of the matter ask about the form of legal protection for consumers, what is the responsibility of business actors for goods that are not suitable and how to resolve disputes between the two parties according to the Consumer Protection Act and the Law on Information and Electronic Transactions

The author uses normative research methods and data collection techniques collected from primary data and secondary data. Primary data is processed from laws and regulations, court decisions. Secondary data is processed from books, journals, written reports and other documents. The results of this study indicate that some goods are sold through e-commerce or more precisely online shops, if the goods being promoted or displayed and when they come to the buyer are not appropriate then the seller has violated the matters regulated in the Consumer Protection Act and the Consumer Protection Act. -Act Information and Electronic Transactions.

As a consumer is entitled to get compensation, compensation or replacement of goods accordingly. The responsibility of business actors is to provide compensation or replacement of goods in accordance with what consumers have purchased and settlement of disputes against both parties by meeting directly between buyers and sellers or by correspondence (email) so that problem resolution is quickly resolved and does not require costs. the big one.

Keywords: Consumer Protection, E-Commerce, Responsibility of Business Owners, Online Shopping and Islamic Perspective on Consumer Protection

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam suatu perekonomian sebuah negara, teknologi informasi sudah dianggap memiliki peranan yang penting dikarenakan dengan adanya perkembangan teknologi informasi, perekonomian negara mulai menunjukkan perubahan yang maju seperti halnya internet. Internet telah membawa perekonomian dunia memasuki babak yang baru lebih terkenal dengan istilah ekonomi digital atau *digital economic*.

Digital ekonomi keberadaannya ditandai semakin banyaknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi contohnya, perdagangan. Perdagangan masa kini misalnya, sebagai media transaksi lebih memfokuskan melalui elektronik atau yang disebut dengan *electronic commerce* (*e-commerce*) atau perdagangan elektronik.

Perdagangan elektronik yang berbasis teknologi canggih elektronik *commerce* telah menggantikan jual-beli konvensional dimana interaksi antara konsumen dan penjual yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. Perdagangan elektronik telah mengubah pola pikir pebisnis klasik dengan menumbuhkan serta mengembangkan suatu interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem yang dipakai dalam perdagangan elektronik atau *e-commerce* dirancang untuk dapat

menandatangani secara elektronik. Penandatanganan secara elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.¹

E-commerce sendiri memiliki arti kumpulan teknologi, aplikasi dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik berupa kegiatan jual-beli di internet salah satunya bisa dilakukan melalui *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Buka Lapak dan sebagainya. Menurut penuturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto, transaksi *e-commerce* memberi kontribusi terbesar bagi ekonomi digital Indonesia, dimana pada tahun 2021 lalu nilainya mencapai US\$ 53 Miliar. Jumlah ini diprediksi akan meningkat sampai US\$ 104 Miliar pada tahun 2025, dengan level pertumbuhan mencapai 18%.²

Dampak adanya internet sebagai hasil dari kemajuan dan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen disatu sisi telah mengubah perilaku para konsumen menjadi lebih kritis serta selektif dalam menentukan suatu produk yang akan dipilihnya. Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini telah memberikan dampak yang positif dalam mempermudah pemasaran berbagai produk sehingga dapat menghemat biaya dan waktu. Sebaliknya karena antara pihak produsen dan konsumen tidak bertemu secara langsung maka kemungkinan adanya sebuah bentuk kecurangan atau kekeliruan yang disengaja maupun tidak disengaja menjadikan perhatian utama dan diperlukan

¹ Abdul Halim Barkatullah, 2005, *Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Hal. vii.

² Haryo Limanseto, "Akselerasi Ekonomi Digital pada e-Commerce"
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3978/akselerasi-ekonomi-digital-pada-e-commerce/>
Diakses pada, Selasa, 20 Juni 2023, pukul 09.45

penanganan lebih besar. Dampak tersebut cenderung merugikan konsumen yang berkaitan dengan produk yang dibeli dan dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan serta hal-hal lain yang tidak sesuai kesepakatan sebelumnya.

Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari berbagai hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.³ Dalam bidang hukum istilah ini masih relatif baru, khususnya di Indonesia, sementara itu di negara maju, hal ini mulai dibahas bersama dengan berkembangnya industry dan teknologi.

Pada Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan: Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”. Dapat diharapkan sebagai upaya untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang dapat merugikan konsumen hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen tersebut.

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, menyatakan yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, dan atau media elektronik lainnya”.⁴

³ Zulham, 2018, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen*, Kencana:Jakarta, Hal 50.

Sesuai dengan pengertian di atas, maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer ataupun handphone dapat dikategorikan sebagai suatu transaksi elektronik. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut terdapat dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi : “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu dengan meningkatkan pelayanan yang bersikap jujur dan bertanggung jawab, demikian juga dengan pembeli dalam hal sebagai konsumen berhubungan dengan perlindungan konsumen. Pembeli dalam hal ini bertindak sebagai konsumen yang mempunyai berbagai hak yang dilindungi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan hak untuk memilih barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar atau kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Jika dilihat dari Pasal ini konsumen berhak untuk mengetahui tentang kondisi barang yang akan dibelinya dalam keadaan yang sebenarnya dan tidak boleh mengandung cacat tersembunyi.

Contoh kasus ketika belanja barang di *marketplace* online, tetapi barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan digambar pada iklan yang dipajang. Apakah ini termasuk salah satu pelanggaran hak

konsumen dan dapatkah penjual dituntut mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut? Dalam hal ini akan dipaparkan mengenai bagaimana perlindungan hukum konsumen terhadap barang yang tidak sesuai oleh penjual online shop melalui *e-commerce* berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mana telah tertuang dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Berawal dari latar belakang tersebut di atas maka perlu untuk melakukan pembahasan lebih dalam yang dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI OLEH PENJUAL ONLINE SHOP MELALUI E-COMMERCE“

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi melalui *e-commerce*?
2. Bagaimana pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap barang yang tidak sesuai dengan pesanan menurut peraturan *e-commerce*?
3. Bagaimana penyelesaian masalah antara kedua belah pihak dalam sengketa *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam pembelian di *e-commerce*.

2. Untuk mengetahui bagaimana pertanggung jawaban dari pihak penjual ke konsumen atas barang yang tidak sesuai menurut peraturan yang ada pada *e-commerce*.
3. Untuk mengetahui penyelesaian masalah antara kedua belah pihak dalam sengketa *e-commerce*.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis,

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya yang khususnya dalam bidang ilmu hukum perdata yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen terhadap barang yang tidak sesuai oleh penjual *online shop* melalui *e-commerce*.⁵

2. Secara Praktis

- 1) Bagi Peneliti

Dapat bermanfaat dalam memberikan wawasan dan pengetahuan khususnya kepada saya (peneliti) mengenai Perlindungan Hukum Konsumen terhadap barang yang tidak sesuai oleh penjual *online shop* melalui *e-commerce*.

- 2) Bagi Masyarakat

Dapat bermanfaat dalam memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai Perlindungan Hukum Konsumen.

⁵ Nizamuddin, 2021, *Metodologi Penelitian Kajian Teoritis dan Praktis*, CV. Dotplus Publisher, Indonesia, Hal 57.

E. Terminologi

Dalam proposal penelitian ini yang mengambil judul **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI OLEH PENJUAL ONLINE SHOP MELALUI E-COMMERCE”**. Dengan penjelasan arti dari judul tersebut sebagai berikut:

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan Hukum adalah suatu perlindungan atau upaya melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang yang dilakukan pemerintah atau penguasa dengan sejumlah peraturan yang ada diberikan kepada subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat *preventif* maupun bersifat *represif*, ada yang tertulis maupun tidak tertulis.

2. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat. Dengan kata lain membeli barang dari pihak penjual atau produsen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

3. Barang

Barang adalah setiap benda, baik terwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

4. Penjual Online

Penjual Online adalah orang yang menjual barang atau jasa ke konsumen melalui sistem penjualan elektronik, penjual online dapat disebut juga

dengan nama lain seller. Seller kebalikan dari buyer, yang artinya penjual, pemilik toko online, atau orang yang menjual produk dan jasa kepada buyer.

5. Online Shop

Online Shop atau yang disebut dengan toko online adalah sistem belanja online yang mana pembeli dapat menanyakan harga atau pertanyaan apapun terkait produk kepada penjual secara langsung, dapat melalui aplikasi sosial media.

6. *E-commerce*

E-commerce adalah *electronic commerce* merupakan kumpulan teknologi, aplikasi dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, dan pertukaran informasi melalui internet atau televisi dan jaringan komputer lainnya⁶

F. Metode Penelitian

Untuk bisa mendapatkan hasil yang dapat dipertanggung jawabkan, peneliti menggunakan metode-metode yang lazim digunakan dalam sebuah kegiatan penelitian hukum. Adapun metode-metode yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam skripsi ini adalah dengan menggunakan penelitian

⁶ Muhamad Muslihudin, 2008, *Konsep Dasar Memahami Electronic Bussines*, Adab, Jakarta, Hal 42.

normatif atau doktrinal. Penelitian hukum normatif yang nama lainnya adalah penelitian hukum doktrinal yang disebut juga sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum yang lain.⁷ Pada intinya penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum *primer*, bahan hukum *sekunder* dan bahan hukum *tertier*. Penelitian doktrinal adalah penelitian yang memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu.⁸

2. Metode Pendekatan

Metode Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif yang dapat diartikan pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah pendekatan teori dan konsep, serta mengkaji peraturan perundang-undangan yang bersangkutan dengan penelitian ini. Penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah sistem norma. Sistem norma adalah mengenai asas, norma, kaidah dari peraturan perundangan, perjanjian serta doktrin (ajaran).

Penelitian normatif ini adalah penelitian terhadap sistematika hukum, yaitu penelitian yang tujuan pokoknya adalah untuk mengadakan identifikasi terhadap pengertian-pengertian atau dasar dalam hukum. Jenis penelitian ini dipergunakan karena peneliti ingin mengkaji segala sesuatu

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, 2004, *Penelitian Hukum Normatif*, Cetakan ke-8, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, Hal 14.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, Op. Cit, Hal 32.

yang berhubungan dengan perlindungan hukum konsumen terhadap barang yang tidak sesuai oleh penjual *online shop* melalui *e-commerce*.

3. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis, yang dimana dapat menggambarkan gejala atau peristiwa yang terjadi dalam masyarakat dengan tepat dan tentunya jelas. Dalam buku yang ditulis oleh Soerjono Soekanto yaitu menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah untuk memberikan data yang seteliti mungkin dengan manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya. Sehingga maksud dari penelitian deskriptif ini setidaknya dapat membantu dalam penyusunan penelitian, memperkuat teori, dan mempunyai tujuan menjelaskan tentang perlindungan hukum konsumen.

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai bahan utama adalah data sekunder yang berhubungan langsung dengan objek penelitian dan dilakukan dengan menghimpun bahan-bahan berupa:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang terdiri atas peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dokumen resmi yang berkaitan dengan permasalahan. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat *otoritatif* yang artinya mempunyai

otoritas.⁹ Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

- 1) Kitab Undang - Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen.
- 3) Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer seperti berbagai buku hasil karya para ahli, hasil-hasil penelitian, berbagai hasil ilmiah lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.¹⁰

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus hukum, jurnal ilmiah dan internet guna memperoleh data pendukung untuk menunjang data sekunder yang berasal dari studi kepustakaan.

5. Studi Pustaka

Studi ini dipergunakan untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara mencari, mencatat, dan mempelajari melalui data yang diambil dalam buku-buku atau internet atau *literature*, serta perundang-undangan yang berlaku dan teori sebagai bahan dalam penulisan skripsi.

⁹ Rahman Amin, 2019, *Pengantar Hukum Indonesia*, Deepublish, Jakarta, Hal 62

¹⁰ Jonaedi Efendi, 2018, *Metode Penelitian Hukum*, Prenada Media, Indonesia, Hal 73

6. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan metode normatif kualitatif, peneliti melakukan dengan cara menjabarkan data-data yang diperoleh berdasarkan norma-norma hukum, teori-teori, serta doktrin hukum dan kiadah yang relevan dengan produk permasalahan.¹¹

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari 4 (empat) BAB yang dimana masing-masing terdapat sub-sub bab yang akan menjelaskan dan menguraikan urutan pembahasan sesuai dengan urutan bab. Sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN.

Pada bab ini penulis telah menguraikan masalah yang akan penulis bahas dalam tulisan hukum ini. Diantaranya yaitu terdiri latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, terminologi, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.

Pada bab ini penulis melakukan peninjauan terhadap perlindungan hukum, konsumen, penjual online, online shop, barang, *e-commerce* dan perspektif islam dalam perlindungan konsumen.

¹¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, 2004, *Penelitian Hukum Normatif*, Cetakan ke-8, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, Hal 21.

BAB III : HASIL PENELITIAN.

Pada bab ini memuat pembahasan dari tiga rumusan masalah diatas yaitu mengenai bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi melalui *e-commerce*, bagaimana pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap barang yang tidak sesuai dengan pesanan menurut peraturan *e-commerce*, bagaimana penyelesaian masalah antara kedua belah pihak dalam sengketa *e-commerce*.

BAB IV : PENUTUP.

Pada bab ini merupakan bab terakhir yang memuat tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹²

Perlindungan Hukum adalah suatu perlindungan atau upaya melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang yang dilakukan pemerintah atau penguasa dengan sejumlah peraturan yang ada diberikan kepada subjek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat *preventif* maupun bersifat *represif*, ada yang tertulis maupun tidak tertulis. Tetapi dalam implementasinya terkadang yang telah dibuat oleh pemerintah atau penguasa sering kali dilanggar oleh oknum.

Indonesia belum memiliki Undang-Undang mengenai tentang *e-commerce*, tetapi saat ini *e-commerce* diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹² Satjipto Rahardjo, 2004, *Hukum Indonesia*, Muhammadiyah University Press, Surakarta, Hal 74.

Untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen, menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Ada beberapa prinsip yang harus ditegakkan sebagai solusi penegakan hukum perlindungan konsumen yaitu:

1. Menegakkan larangan yang dikategorikan sebagai tindakan pelaku usaha yang dapat menghambat perdagangan.
2. Larangan bagi tindakan pelaku usaha yang mengakibatkan berkurangnya persaingan, mengandung hak untuk setiap anggota masyarakat untuk diperbolehkan menjalankan aktifitas ekonomi.
3. Larangan yang memungkinkan pelaku usaha untuk tidak memberikan pilihan bagi konsumen, larangan ini ditujukan supaya pelaku usaha tidak mengupayakan adanya pemusatan kegiatan produksi dan pemasaran

Perlindungan terhadap konsumen bertransaksi elektronik juga terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yaitu pasal 5 ayat (1) yang berbunyi “informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah”.

B. Konsumen

Pengertian konsumen menurut Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap transaksi jual beli melalui media internet (*e-commerce*) Dalam Pasal 1 angka 2 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) menyebutkan “konsumen adalah setiap orang pemakai

barang baru atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga maupun makhluk lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Dalam pasal tersebut membagi konsumen atas 2 (dua) yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah orang yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Menurut Az Nasution, konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Sedangkan konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa untuk tujuan diperdagangkan kembali.¹³

Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.

Unsur-unsur definisi konsumen:

1) Setiap Orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan. Hal ini berbeda dengan pengertian yang

¹³ Tri Siwi Kristiyanti dan Celina, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Indonesia, Hal 25.

diberikan untuk “pelaku usaha” dalam Pasal 1 angka (3) membedakan kedua pengertian *person* diatas dengan menyebutkan kata-kata “orang perseorangan atau badan usaha”. Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan.

2) Pemakai

Sesuai dengan bunyi penjelasan Pasal 1 angka (2) UUPK “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir. Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan atau jasa yang dipakai tidak serta-merta hasil jual-beli. Artinya, sebagai konsumen tidak harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan atau jasa itu.

Hak-hak Konsumen :

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :

- a) hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
- b) hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
- c) hak untuk memilih (*the right to choose*)
- d) hak untuk didengar (*the right to be heard*)¹⁴

Hak konsumen yang tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a) hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang.
- b) hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serat jaminan yang dijanjikan.

¹⁴ Shidarta, *ibid.*, Hal 16-27

- c) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang.
- d) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang 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 penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹⁵

C. Penjual Online atau Pelaku Usaha

Penjual (*merchant*) merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran dari konsumen. atas barang yang dijualnya, juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli secara transaksi online.

¹⁵ Celina Tri Siwi, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, Hal 31-32

Sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada pelaku usaha diberikan juga hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan, mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik, melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, rehabilitasi nama baik tidak terbukti secara hukum kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, dan hak-hak yang diatur dalam perundang-undangan lainnya.

Selain memperoleh hak tersebut sebagai *balance*, pengusaha juga diwajibkan untuk beritikad baik dalam melakukan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak *diskriminatif*, menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberikan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau jasa yang diperdagangkan, memberikan kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan, memberikan kompensasi ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan/atau jasa diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

D. Online Shop

Online Shop atau yang disebut dengan toko online adalah sistem belanja online yang mana pembeli dapat menanyakan harga atau pertanyaan apapun terkait produk kepada penjual secara langsung, dapat melalui aplikasi sosial media.

Online shop merupakan toko dengan basis digital yang berdiri secara mandiri dalam mengelola usaha. Kenapa disebut mandiri? Karena pemilik toko online harus membuat *website* dan memantau usahanya sendiri. Hal ini termasuk solusi yang ditawarkan kemajuan teknologi dalam mengalihkan manusia untuk mulai membuka lahan bisnis digital yang lebih fleksibel dan praktis.

Online shop adalah salah satu alternatif bisnis perdagangan masa depan yang menjanjikan. Namun juga berisiko apabila pebisnis yang menjalankannya kurang begitu bijak dan pintar dalam mencari peluang serta inovasi terbaru dalam memasarkan produknya. Pasalnya perdagangan didunia kian menjadi ketat seiring majunya perkembangan teknologi yang terbilang pesat, oleh karena itu ilmu bisnis perdagangan sebaiknya juga ikut ditingkatkan sejalan dengan tumbuhnya teknologi digital.

Bagi para ahli online shop memiliki artian yang jauh lebih dalam dan spesifik. Contohnya saja seperti yang dikatakan oleh (Mujiyana & Elissa, 2013) bahwasanya, “belanja online (*online shopping*) adalah proses di mana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari

seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui Internet.¹⁶

Ada pula pendapat serupa dari (Edwin Gnanadhas, 2014) yang mengatakan Belanja online adalah proses di mana konsumen langsung membeli barang, jasa, dll. Dari penjual tanpa layanan perantara melalui Internet. Pembeli dapat mengunjungi toko web dari kenyamanan rumah dan toko mereka seperti dengan duduk di depan komputer.¹⁷

Sedangkan menurut (Sari, 2015) berpendapat bahwa *online shopping* atau belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. Atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung.¹⁸

Sebagai salah satu alternatif bisnis digital di zaman modern tentunya online shop membawa beberapa manfaat bagi penjual dan pembeli, beberapa di antaranya:

- 1) Pengalaman belanja menjadi mudah dan praktis

Semakin berkembangnya dunia digital mengubah metode transaksi jual beli menjadi lebih efisien dan menghemat waktu. Bagaimana tidak? Anda sebagai seorang pembeli dapat dengan mudah memilih barang yang diinginkan hanya dengan sentuhan jari, mencari

¹⁶ Parade Karya Ilmiah, 2020, *Antologi Artikel Ilmiah*, Caremedia Communication, Jakarta, Hal 382

¹⁷ M. Edwin Gnanadhas, 2014, *Online Shop*. Sinar Kita, Jakarta, Hal 21. https://www.researchgate.net/publication/264556861_Online_Shopping/ Diakses 11 Juni 2023, pada pukul 09.35 WIB

¹⁸ Lestari Asih Partiw, 2018, *Greget Sumadulur*, Jejak Pustaka. Jakarta, Hal 78.

barang yang diinginkan hanya dengan mengisi kolom pencarian dengan nama produk yang mau dibeli, bahkan Anda dapat membeli banyak barang sekaligus tanpa harus mengeluarkan tenaga berkat tersedianya opsi “keranjang belanja”.

Transaksi pembayaran juga menjadi efisien berkat tersedianya m-Banking dan dompet digital seperti OVO, pembeli diuntungkan karena tidak perlu repot menghitung uang di dompet dan tinggal mengisi nominal dana yang akan ditransfer. Sedangkan dari sisi penjual bisa mendapatkan pembayaran dengan waktu yang jauh lebih singkat dan jumlah uang yang diterima menjadi jauh lebih jelas tanpa harus menghitung ulangnya kembali.

2) Bisa membeli produk maupun barang dari tempat yang jauh

Dengan tersedianya *online shop* konsumen memiliki ranah pilihan barang yang lebih luas dan lebih jauh sampai ke luar negeri yang telah terjamin mutu dan kualitas produknya. Penjual juga lebih diuntungkan dengan tersedianya ruang bisnis yang lebih luas hingga ke seluruh dunia tanpa harus memikirkan lahan usaha yang terbatas.

3) Dapat dengan mudah membandingkan harga barang

Dalam sistem *online shop*, konsumen disediakan pilihan barang dan produk yang jauh lebih variatif daripada *Real Shop*, Kenapa? Karena *online shop* memiliki jangkauan akses yang lebih luas dengan adanya layanan Internet. Dengan target konsumen yang lebih banyak, tentunya diiringi dengan pilihan barang yang lebih luas juga. Dan di sini pembeli

memiliki peluang dalam menentukan harga produk antara satu toko dengan toko lainnya. Apalagi dengan adanya *website* seperti *price-price* pembeli jadi lebih dimudahkan dalam membandingkan harga produk dengan sekali sentuh pada layar gadget mereka.

4) Kesempatan mendapatkan promo jauh lebih besar

Sengitnya persaingan di Industri digital menyebabkan *online shop* mau tidak mau membuka berbagai penawaran menarik dalam mencari pembeli untuk berbelanja di toko online mereka. Tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi para pemburu barang edisi terbatas. Yang pada dasarnya gemar berbelanja online dengan mencari produk berharga miring di Internet. Selain itu tersedianya kupon maupun voucher belanja yang terjadi pada event tertentu, juga meningkatkan jumlah pendapatan bagi para pedagang barang di ranah digital.

Tidak ada transaksi belanja yang menjamin keamanan pengguna 100% setiap saat, oleh karena itu asalkan *online shop* yang Anda kunjungi memiliki regulasi yang jelas maka setidaknya risiko keamanan masih terjamin.

Kelebihan *Online Shop*:

a) Privasi konsumen lebih terjaga

Setiap orang tentunya memiliki sebuah privasi untuk dijaga termasuk dalam membeli sebuah barang. Misalnya saja ketika seseorang memiliki hobi dalam meng koleksi sebuah mainan, namun dirinya malu jika harus mengunjungi toko mainan untuk membelinya.

Di sinilah letak keuntungan berbelanja secara digital Anda bisa lebih leluasa dan bebas dalam membeli berbagai produk yang diinginkan.

b) Perbedaan jarak bukan masalah

Sekarang ini sudah banyak tersedia jasa pengiriman barang seperti JNE, J&T, TIKI, Pos Indonesia, Ninja Express, SiCepat dan lainnya. Sehingga memudahkan seseorang untuk mengirim barang hingga ke pelosok daerah sekalipun. Jika dimanfaatkan dengan baik, seorang pedagang online dapat menggunakan jasa antar barang seperti ini dalam menjualkan produknya ke berbagai tempat.

Konsumen pun juga diuntungkan karena tidak harus capek-capek mengunjungi gerai jual untuk memilih dan mendapatkan barang yang diincar. Cukup duduk di sofa yang nyaman sambil berbaring memainkan Handphone, dan barang yang di pesan pun akan langsung diantarkan ke alamat tujuan pembeli.

Kekurangan *Online Shop*:

c) Risiko keamanan yang perlu dipertimbangkan

Dalam sistem pembelian online saya selalu berpegang kepada tidak ada jaminan 100% aman! Kenapa begitu? Ada beberapa faktor yang perlu diwaspadai ketika melakukan transaksi di *online shop*, yaitu memastikan regulasi jaminan keamanan pembeli. Apabila *online shop* tersebut memiliki regulasi yang tidak jelas, sebaiknya perlu diwaspadai. Atau Anda bisa mencari Informasi lebih lanjut mengenai

online shop terkait, pada forum-forum diskusi yang tersedia di Internet.

d) Pengiriman yang lambat

Tidak semua orang memiliki kesabaran yang tinggi, bilamana kita sebagai konsumen ingin membeli suatu barang yang akan digunakan untuk hari tertentu misalnya dan memesanya jauh-jauh hari, akan menjadi masalah apabila barang tersebut sampai terlambat untuk sampai ke tempat Anda. Karena itulah pastikan Anda mengisi alamat pengiriman dengan jelas dan memilih jasa pengiriman yang terpercaya untuk menghindari hal tersebut.

E. Barang Online

Barang adalah setiap benda, baik terwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

Keuntungan membeli barang online yaitu:

- 1) Dapat menghemat tenaga Anda.

Anda tidak perlu berletih-letih berjalan dari satu toko ke toko lainnya untuk membeli barang. Hanya bermodalkan koneksi internet, Anda bisa dengan mudah bertransaksi. Waktu yang dibutuhkan untuk bertransaksi juga jauh lebih singkat.

2) Stok barang jauh lebih banyak

Terbatasnya ruang penyimpanan dalam menjual barang kadang menjadi momok tersendiri bagi seorang penjual. Apalagi ketika produk yang dijualnya tengah naik daun, tentunya setiap detik menjadi berharga. Karena persaingan setiap waktu terus meningkat dan semakin sengit antar satu dengan lainnya. Dan menjaga pembeli agar tidak berbelanja di toko lain menjadi prioritas utama. Hal ini bisa ditangani dengan menjadi seorang reseller, di mana penjual dapat menjual barang dari toko pusat ke toko online yang bersifat lokal. Selain keuntungan yang didapat juga bersih, penjual juga diuntungkan tanpa harus memiliki risiko dalam menyetok produk. Karena tidak harus dia sendiri yang memiliki produknya untuk dijual.

Kekurangan membeli barang online yaitu:

1) Barang yang dipesan tidak sesuai *display*

Hal yang perlu diwaspadai konsumen ialah kesesuaian barang yang ditawarkan dengan barang yang akan Anda terima. Pastikan dulu jika produk yang dijual benar-benar sesuai gambar dan deskripsi yang disediakan penjual. Anda bisa bertanya dahulu kepada penjual tentang produk tersebut seperti melampirkan foto asli produk atau mengecek review pembeli lain yang telah membeli produk pada toko online tersebut.

2) Rawan tindak pencurian atau barang hilang

Hal ini terkadang dari pihak ekspedisi kurang teliti terhadap barang yang diterima dari pihak penjual online, karena ekspedisi bercabang dan paketan barang turun dari pusat lalu disebar ke beberapa cabang sesuai alamat pembeli untuk dijadikan satu per area. Terkadang pula barang yang akan dikirim oleh kurir untuk diantar ke alamat tujuan, terjatuh atau diambil oleh orang yang tidak dikenal. Ini juga yang menjadi kendala kenapa pembeli tidak segera menerima barang yang dia beli melalui situs online.

F. E-Commerce

Perkembangannya akibat globalisasi perdagangan dunia dan kemajuan teknologi, memunculkan sistem jual beli melalui online (*e-commerce*). *E-commerce* merupakan *market digital* yang terdiri dari beberapa *market shop* yang barang jualnya milik mereka sendiri. *E-commerce* bukan hanya perdagangan yang dilakukan melalui online saja sebagaimana yang dipahami banyak orang selama ini, melainkan pula meliputi setiap aktifitas perdagangan yang dilakukan melalui atau menggunakan media elektronik lainnya. *E-commerce* pada prakteknya banyak diartikan dengan perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan internet.

Menurut *World Trade Organization* (WTO), cakupan *e-commerce* meliputi bidang produksi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang dan/atau jasa melalui elektronik. OECD (*Organization For Economic*

Cooperation and Development) menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah transaksi berdasarkan proses dan transmisi data secara elektronik.¹⁹

E-commerce menghubungkan pelaku usaha, konsumen dan komunitas lainnya melalui transaksi elektronik untuk melakukan perdagangan barang, jasa dan informasi lainnya. Kondisi ini menyebabkan jarak bukan lagi hambatan dalam dunia bisnis. Perkembangan menyolok teknologi internet membuat suatu produk dapat dipasarkan secara global dalam situs web, sehingga setiap orang dimanapun dapat langsung mengakses situs tersebut untuk melakukan transaksi secara online.²⁰

Praktik transaksi online banyak menimbulkan permasalahan permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi online.

Perlu ditekankan bahwa *e-commerce* atau transaksi online adalah rangkaian set dinamis dari suatu teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang diselenggarakan secara elektronik.

¹⁹ Ade Maman Suherman, 2002, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghalia Indonesia, Jakarta, Hal. 179.

²⁰ Iman Sjahputra, 2021, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Penerbit Alumni Epic, Banten, Hal 2

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan *e-commerce* atau online yaitu :

1. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat informasinya dapat diakses secara terkini atau terbaru dan terus-menerus.
2. *E-commerce* mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dalam pendistribusian informasi yang disampaikan secara periodik.
3. *E-commerce* dapat menciptakan efisiensi waktu yang tinggi, murah dan informatif.
4. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan cepat, mudah, aman, dan akurat.

Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli melalui media internet atau online, masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban. Keunikan pengaturan tentang *e-commerce* yaitu pelaku usaha dan konsumen tidak berhubungan secara langsung dan tidak membuat kesepakatan secara langsung. Aspek ini merupakan kelemahan terutama apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi dan mengabaikan hak-hak konsumen sebagaimana sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Hukum.

G. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam *literature* Islam, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad Shallallahu`alaihi Wa Salam belum diangkat menjadi Nabi dan Rasul. Diriwayatkan bahwa pada usia muda,

beliau sudah berniaga dengan membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dari Mekkah ke negeri Syam dengan mendapatkan imbalan atau upah.²¹ Dalam menawarkan dagangan, beliau secara transparan selalu menginformasikan kondisi barang apa adanya kepada calon pembeli. Bila ada kecacatan pada barang yang ditawarkannya, kecacatan tersebut beliau tunjukkan secara terbuka dan jujur.

Demikian hal ini secara konsisten beliau lakukan, sehingga para pembeli merasa puas dan tidak ada yang merasa kecewa atau tertipu dalam bertransaksi bisnis dengan beliau. Sekali pun tidak banyak sastra yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktik bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW.

Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis. Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasulullah, konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Alquran maupun Hadist. Bisnis yang adil dan jujur menurut Alquran adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi.

²¹ Mahdi Rizqullah Ahmad, 2009, *Biografi Rasulullah Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber Autentik*, Qisthi Press, Jakarta, Hal 152.

Allah Subhanahuwa Ta'ala berfirman dalam Alquran Surat Al-Baqarah ayat (279) :

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ^ط وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Fa il lam taf'alu fa`zanu biharbim minallahi wa rasulih, wa in tubtum fa
lakum ru`usu amwālikum, lā tazlimuna wa lā tuzlamun

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”²²

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen.

عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (إِذَا اِخْتَلَفَ الْمُتَبَايِعَانِ لَيْسَ بَيْنَهُمَا بَيِّنَةٌ فَالْقَوْلُ مَا يَقُولُ رَبُّ السَّلْعَةِ أَوْ يَتَّارِكَانِ)
رَوَاهُ الْخَمْسَةُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Ibnu Mas'ud RA berkata: Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda:

“Apabila dua orang yang berjual beli berselisih, sedang di antara mereka tidak ada keterangan yang jelas, maka perkataan yang benar ialah apa yang dikatakan oleh pemilik barang atau mereka membatalkan transaksi,” (HR Imam Ahmad).²³

²² Toha Putra, Al- Baqarah Surah ke-2 Ayat (279).

²³ Muhammad Fu'ad, 2021, *Kitab Shahih Imam Ahmad*, Elex Media Komputindo, Jakarta, Hal 257.

Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dengan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan 1 (satu) dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha (produsen). Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.²⁴

Setelah Rasulullah SAW hijrah dari Mekkah ke Madinah, beliau sebagai pemimpin agama dan sekaligus sebagai pemimpin negara, praktik bisnis yang tidak adil dan mengarah pada kezaliman dilarang dan dihapuskan. Seperti penahanan stok, spekulasi, kolusi oligarki, menyembunyian informasi penting tentang produk, penjualan dengan sumpah palsu atau informasi menyesatkan, mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar, melipat gandakan harga, menyembunyikan cacat barang yang akan dijual, memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-quran dan Sunnah.

Dari praktik-praktik bisnis yang dilarang tersebut dapat ditarik benang merah, bahwa prinsip bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak-hak konsumen, sekalipun pada saat itu belum dikenal terminologi konsumen. Kejujuran, keadilan dan transparansi merupakan pondasi ajaran Islam dalam berbisnis. Uraian di

²⁴ Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, Hal 41.

atas juga menunjukkan, bahwa sebelum bangsa barat dan dunia modern mengenal perlindungan konsumen, Islam telah meng-implementasikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam tataran praktis.

Mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim (beragama Islam), menerapkan ajaran, nilai, norma dan hukum-hukum Islam oleh muslim merupakan ibadah kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang dijamin pelaksanaannya oleh Undang-Undang Dasar 1945. Adanya nilai-nilai dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam yang secara normatif harus diterapkan oleh umat Islam disatu sisi, sementara disisi lain di Indonesia telah diberlakukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai hukum positif yang mengatur tentang perlindungan terhadap para konsumen.

Dari permasalahan tersebut maka yang digunakan adalah teori tentang Perlindungan Hukum

*Satjipto Rahardjo: Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.*²⁵

²⁵ <http://e-journal-teori-perlindungan-hukum-menurut-satjipto-rahardjo.uaiy.ac.id>
Diakses pada tanggal 18 Agustus 2023 pukul 13.40 WIB

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Melalui

E-Commerce

Konsumen dalam hal ini ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.

Jika konsumen membeli barang namun ternyata barang itu tidak sesuai dengan informasi di *e-commerce* yang tercantum pada foto iklan atau promosi, hal ini dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak konsumen yang tertulis dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satunya adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.

Sebagai konsumen berhak dalam mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian karena pada dasarnya konsumen berhak mendapatkan barang yang sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan yang telah diatur dalam Pasal 4 huruf h Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Hukum.

Sebelum membahas mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online melalui *e-commerce* lebih lanjut, ada baiknya memahami apa saja hak-hak konsumen itu. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak 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;

Perlindungan konsumen dari transaksi atau bisnis online sendiri dapat melalui atau dengan pendekatan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Ada suatu kasus, seorang ibu rumah tangga pernah belanja barang secara online, tapi barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dilihat di foto pada iklan yang dipajang di etalase *e-commerce*. Ibu rumah tangga tersebut sebagai pembeli online bertanya kepada orang yang paham mengenai hukum bertransaksi online, lalu kejadian seperti itu termasuk pelanggaran hak konsumen, tidak? dan perlindungan hukum terhadap ibu rumah tangga tersebut selaku konsumen bagaimana? Apakah ibu tersebut dapat menuntut penjual online untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang beliau beli? Dapat peneliti simpulkan dari kasus tersebut merupakan salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen.

Perlindungan konsumen secara tegas diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.²⁶

²⁶ Abdul Atsar, 2019, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Budi Utama, Jakarta, Hal 55.

Ketidaksesuaian spesifikasi barang yang konsumen terima saat setelah dikirim dengan barang tertera dalam iklan atau foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.²⁷

Selaku konsumen sesuai Pasal 4 huruf h Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen yaitu berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Di sisi lain, dalam Pasal 7 huruf g yaitu pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.²⁸

Pelaku usaha yang melanggar larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai janji dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).²⁹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diterapkan dalam kegiatan jual-beli online misalnya dengan belanja melalui *e-commerce*.

Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Sistem dan

²⁷ Eko Murti Saputra, 2023, *Pengantar Hukum Bisnis Online*, CV. Azka Pustaka, Jakarta, Hal 26.

²⁸ Media Pressindo, 2018, *Sengketa Konsumen*, Indonesia, Grasia, Indonesia, Hal 21.

²⁹ <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen>.

Diakses pada 21 Juli 2023, pada pukul 14.25 WIB.

Transaksi Elektronik (PP PSTE), transaksi jual beli online tersebut diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan.

Persetujuan konsumen untuk membeli barang secara online dengan cara melakukan klik persetujuan atas transaksi merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:³⁰

- a) terdapat kesepakatan para pihak;
- b) dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c) terdapat hal tertentu; dan
- d) objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum;

Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat menggunakan instrumen Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahan terhadap konsumen.

B. Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Pesanan Menurut Peraturan *E-Commerce*

Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau terdapat cacat tersembunyi.

³⁰ Tim Literasi Nusantara, 2020, *Undang-Undang ITE Beserta Penjelasanny*, Literasi Nusantara, Malang, Hal 111.

Selain itu, jika barang yang diterima tidak sesuai foto pada iklan, sebagai pembeli juga dapat menggugat penjual secara hukum perdata dengan dalih terjadinya wanprestasi atas transaksi jual-beli yang dilakukan.

Menurut R. Subekti, wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:³¹

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 dilakukannya.³²

Jika salah satu dari 4 macam kondisi tersebut terjadi, maka pembeli secara hukum perdata dapat menggugat penjual online dengan dalih terjadi wanprestasi (misalnya, barang yang pembeli terima tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang dimuat dalam *display home page/web site*).

Prinsip pertanggungjawaban secara umum ada empat yaitu tanggung jawab karena kesalahan, praduga bertanggung jawab, praduga tidak selalu bertanggung jawab, dan tanggung jawab langsung.³³

- a) Tanggung jawab karena kesalahan (*liability based on fault*) yaitu seseorang baru dimintakan pertanggungjawaban secara hukum, apabila ada unsur membuat kesalahan atau merugikan pihak lain.

³¹ Eko Murti Saputra, 2023, *Pengantar Hukum Bisnis Online*, Azka Pustaka, Sumatera, Hal 28.

³² Abdul Wahid, 2022, *Buku Serba-Serbi Memahami Hukum Perjanjian Di Indonesia*, Indonesia, Hal 41.

³³ Toman Sony Tambunan, 2019, *Hukum Bisnis*, Kencana, Jakarta, Hal 288.

- b) Praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability principle*) atau biasa disebut juga sebagai pembuktian terbalik adalah seseorang dianggap bertanggungjawab sampai orang tersebut dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah.
- c) Praduga tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of nonliability principle*) merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, dimana tidak selalu pelaku usaha yang bertanggung jawab.³⁴
- d) Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) menyatakan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab secara langsung atas kerugian konsumen tanpa harus membuktikan ada tidaknya kesalahan pada dirinya.

Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Bab IV Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam kaitannya dengan Shopee sebagai penyedia layanan jasa di *e-commerce*, dalam Pasal 26 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan: “Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan”. Besarnya potensi bisnis perdagangan elektronik (*e-commerce*) tidak terlepas dari perkembangan pengguna internet dan pertumbuhan internet di Indonesia.

³⁴ Penjelasan Peneliti: yang dimaksud adalah pelaku usaha sudah memberikan barang yang sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen, tetapi konsumen melakukan penukaran barang yang sudah ditukar. Sehingga pihak pelaku usaha tidak bertanggungjawab atas barang tersebut.

Berdasarkan riset *We Are Social* dan *Hootsuite* 2017 yang dikutip dalam situs kominfo, bahwa dalam kurun waktu satu tahun pengguna internet di Indonesia meningkat sebanyak 51% dan angka ini merupakan yang terbesar di dunia melebihi pertumbuhan rata-rata global yang hanya 10%. Pada tahun 2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93,4 juta jiwa meningkat cukup pesat jika dibandingkan dengan 88,1 juta jiwa pada tahun 2014. Ini disebabkan internet yang mulai menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari dengan akses yang mudah dan memungkinkan siapapun untuk terhubung. Sedangkan potensi *e-commerce* pada tahun 2016 mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2015, hal ini terlihat bahwa sebanyak 77% penggunaan internet diperuntukkan mencari informasi produk dan berbelanja online, serta pelanggan online shop yang mencapai 8,7 juta orang dan nilai transaksi yang diprediksi mencapai US\$ 4,89 miliar pada tahun 2016.³⁵

C. Penyelesaian Masalah Antara Kedua Belah Pihak Dalam Sengketa *E-Commerce*

Transaksi *e-commerce* di dunia maya dimungkinkan terjadi sengketa seperti halnya sengketa yang terjadi dalam suatu hubungan hukum yang dilakukan secara konvensional. Semakin banyak dan luas kegiatan perdagangan, maka frekuensi terjadinya sengketa semakin tinggi, hal ini berarti akan banyak sengketa yang harus diselesaikan. Sengketa ini dapat terjadi karena adanya wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum.

³⁵ https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53-kominfo-2018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers/ Diakses pada 14 Juli 2023, pada pukul 20.30 WIB

Sengketa-sengketa tersebut dapat diselesaikan melalui proses litigasi maupun non litigasi. Namun demikian, sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, bahwa *e-commerce* dilahirkan dengan maksud untuk meniadakan hambatan dalam model transaksi bisnis yang konvensional berupa pertemuan langsung, sehingga dibatasi oleh waktu dan tempat, serta diperlukannya kertas-kertas sebagai suatu dokumen. Model *e-commerce* dalam transaksi bisnis dapat dilakukan secara *non face* dan *non sign*. Oleh karena itu, model penyelesaian sengketa yang terlalu banyak memakan waktu, biaya dan terlalu banyak formalitas-formalitas pada hakikatnya merupakan suatu model penyelesaian sengketa yang tidak diharapkan dalam *e-commerce*. Sebaliknya *e-commerce* justru mengharapkan penyelesaian sengketa yang lebih cepat, murah dan tidak terlalu banyak formalitas-formalitas.

Penyelesaian sengketa sendiri pada dasarnya dapat dikualifikasikan menjadi penyelesaian sengketa secara damai dan penyelesaian sengketa secara adversarial. Penyelesaian sengketa secara damai lebih dikenal dengan penyelesaian secara musyawarah mufakat. Sementara penyelesaian sengketa secara adversarial lebih dikenal dengan penyelesaian sengketa oleh pihak ketiga yang tidak terlibat dalam sengketa. Dalam penyelesaian sengketa secara damai tidak ada pihak yang mengambil keputusan bagi penyelesaian sengketa secara damai adalah dalam rangka mengusahakan agar para pihak yang bersengketa dapat sepakat untuk menyelesaikan sengketa mereka. Bentuk dari penyelesaian sengketa secara damai adalah negosiasi, mediasi dan konsiliasi. Negosiasi adalah penyelesaian sengketa secara damai dimana para pihak

berhadapan langsung tanpa ada keikut-sertaan dari pihak ketiga. Sementara mediasi dan konsiliasi adalah penyelesaian sengketa secara damai dimana ada ada turut campur pihak ketiga. Perbedaan antara konsiliasi dan mediasi terletak pada aktif tidaknya pihak ketiga dalam mengusahakan para pihak untuk menyelesaikan sengketa. Penyelesaian sengketa secara damai apabila di lihat dari sifatnya, maka penyelesaian ini merupakan yang ideal mengingat keadilan muncul dari para pihak.

Mediasi menjadi salah satu bentuk penyelesaian yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa dalam sengketa *e-commerce*. Melalui mediasi pihak ketiga yang netral akan duduk bersama-sama dengan para pihak yang bersengketa secara aktif akan membantu para pihak dalam upaya menemukan kesepakatan yang adil dan memuaskan bagi keduanya. Dalam proses mediasi, seorang mediator hanya berperan sebagai fasilitator saja. Mediator tidak mempunyai kewenangan untuk membuat suatu keputusan yang mengikat para pihak. Seorang mediator akan membantu para pihak yang bersengketa untuk mengidentifikasi persoalan-persoalan yang menjadi pokok sengketa, memfasilitasi komunikasi di antara kedua belah pihak.

Bentuk Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) lainnya adalah negosiasi yang pada dasarnya dilakukan pada saat proses persidangan. Hal ini dikarenakan, dalam proses persidangan berlaku prinsip hakim bersifat pasif, dimana terkandung arti bahwa para pihak dapat mengakhiri sengketa kapanpun dan hakim tidak boleh menghalang-halangnya. Negosiasi sendiri

suatu proses dimana para pihak berupaya untuk menyelesaikan sengketa yang timbul secara informal, dengan atau tanpa pihak lain mewakilinya.

Sengketa *e-commerce* yang cenderung terjadi berkaitan dengan masalah harga, kualitas barang dan jangka waktu pengiriman. Produk yang menjadi obyek sengketa, apabila jumlahnya (harga maupun kuantitas) relative kecil, maka para pihak cenderung tidak memerlukan bantuan pihak ketiga untuk penyelesaiannya. Hal ini wajar, mengingat biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar jasa pihak ketiga akan lebih besar daripada obyek sengketa. Dalam hal sengketa yang nilainya relative kecil (dari segi harga maupun kuantitas), proses negosiasi dilakukan secara langsung antar penjual dan pembeli, baik melalui pertemuan secara fisik (*face to face*), apabila domisili keduanya saling berdekatan maupun melalui surat-menyurat (*email*), jika kedua belah pihak berjauhan.

Mekanisme Penyelesaian sengketa melalui konsiliasi (*conciliation*) juga merupakan penyelesaian sengketa yang melibatkan pihak ketiga yang netral dan tidak memihak. Seperti juga pada tugas seorang mediator, tugas dari konsiliator hanyalah sebagai fasilitator untuk melakukan komunikasi di antara para pihak sehingga pada akhirnya solusi akan dihasilkan oleh para pihak itu sendiri. Dalam proses konsiliasi, pihak ketiga yang akan membantu telah membawa usulan penyelesaian, sehingga berperan lebih aktif dalam mengarahkan para pihak untuk sampai pada kesimpulan penyelesaian sengketa yang dapat disepakati para pihak. Dalam melakukan proses konsiliasi, seorang konsiliator harus mampu mengetahui situasi dan

kondisi kasus tersebut, mengetahui apa yang menjadi keinginan para pihak yang bersengketa serta mengetahui kebutuhan para pihak agar sengketa dapat diselesaikan secara cepat.

Perlu ditegaskan disini, bahwa penyelesaian sengketa secara damai menyaratkan adanya kesukarelaan dari pihak-pihak yang bersengketa. Tanpa adanya kesukarelaan di antara para pihak, tidak mungkin penyelesaian sengketa secara damai berjalan.

Shopee merupakan *e-commerce* yang menjembatani penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual-beli online melalui perangkat elektronik. Shopee dalam hal ini bertindak sebagai penyedia tempat, yakni berupa website untuk para penjual membuka usahanya yang berupa toko dan bertindak sebagai pihak ketiga atau perantara antara penjual dan pembeli.

Shopee dalam hal ini dapat juga disebut sebagai marketplace, yaitu tempat antara konsumen dan penjual melakukan transaksinya. Setiap transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli akan diawasi oleh pihak Shopee, dan menjadi tanggungjawab Shopee.

Shopee yang bertindak sebagai pengelola website dan sebagai pihak ketiga juga memiliki tanggungjawab kepada setiap konsumen. Tanggungjawab Shopee bukan berbentuk penggantian barang dalam bentuk fisik, melainkan tanggungjawab Shopee tercermin dalam hal-hal sebagai berikut, yaitu:

- 1) Menyediakan sarana pelaporan. Dalam hal ini Shopee memiliki tanggungjawab untuk menyediakan sarana pelaporan yang memadai

terhadap setiap keluhan konsumen. Hal tersebut telah terlihat dari pemberian fasilitas aduan 24 (dua puluh empat) jam melalui *customer care* shopee di nomor 150072 atau melalui email ke *cs@shopee.co.id*. Pembeli dapat menyampaikan segala bentuk keluhannya melalui contact yang tersedia dan dengan menunjukkan bukti-bukti yang valid kemudian pihak Shopee akan menelusuri keluhan tersebut.

- 2) Melakukan penghapusan dan pemblokiran terhadap konten terlarang. Dalam hal transaksi melalui website *e-commerce*, sering muncul sebuah iklan (*ads*) yang menampilkan konten-konten negatif yang berbau pornografi, yang sangat mengganggu konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli di Shopee.

Shopee memiliki tanggung jawab untuk menyaring segala jenis konten yang masuk dan melakukan pemblokiran terhadap konten-konten negatif tersebut. Konsumen Shopee juga memiliki hak untuk melakukan pelaporan kepada pihak Shopee terkait dengan konten yang mengganggu tersebut.

- 3) Perlindungan terhadap data-data pribadi konsumen. Pada saat konsumen melakukan transaksi jual-beli di Shopee, Shopee menghendaki setiap konsumennya untuk mengisi data-data diri yang selengkap-lengkapnyanya dan valid. Begitu juga halnya, ketika konsumen melakukan transaksi pembayaran melalui kartu kredit, maka Shopee akan meminta konsumen tersebut untuk memasukkan data kartu kredit tersebut dengan selengkap-lengkapnyanya. Atas dasar hal tersebut, maka pihak Shopee memiliki

tanggung jawab untuk melindungi data-data konsumen dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang ingin melakukan pencurian akan data-data tersebut melalui peretasan akun. Shopee menyediakan fitur “*3D Secure*” untuk melindungi konsumen yang melakukan pembayaran dengan kartu kredit. Fitur *3D Secure* ini merupakan bentuk kerjasama antara Shopee dengan pihak penyedia kartu kredit (seperti *visa*, *mastercard*, dan *paypal*) untuk melindungi data-data kartu kredit konsumen.

- 4) Shopee memiliki tanggung jawab untuk menyeleksi penjual-penjual yang hendak membuka tokonya di website Shopee. Dalam hal ini Shopee menghendaki setiap calon penjual untuk melakukan pengisian form pendaftaran dengan sebenar-benarnya, dan didukung dengan mengupload foto KTP sebagai bukti bahwa calon penjual tersebut merupakan individu sungguhan dan bukan penjual “*fiktif*”.
- 5) Dalam hal penjual yang tidak mengirimkan barangnya dalam jangka waktu yang ditentukan. Sesuai ketentuan prosedur transaksi melalui Shopee, sistem dalam Shopee akan secara otomatis menahan pembayaran yang telah dilakukan pembeli ke dalam rekening resmi Shopee (rekening ketiga) dan akan mengembalikan dana tersebut ke dalam *ShopeePay* milik pembeli, atau dapat langsung dikembalikan ke rekening bank milik pembeli yang akan diproses secara langsung dalam jangka waktu 24 (dua puluh empat) jam. Apabila dalam hal ini pembeli melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, maka pihak Shopee akan

mengembalikan dana transaksi ke limit kartu kredit di tagihan berikutnya. Shopee juga akan melakukan tindakan terhadap penjual yang memiliki reputasi tidak baik, dan akan melakukan pemblokiran akun penjual apabila secara berkali-kali terbukti melakukan tindakan yang hendak merugikan konsumen.

- 6) Tanggung jawab Shopee apabila terdapat barang yang cacat atau tidak sesuai dengan spesifikasi. Dalam hal ini, tanggung jawab Shopee tidak berupa pengantian fisik barang secara langsung, melainkan Shopee menyediakan fitur “pusat resolusi” yang berguna menjadi sarana konsumen untuk melakukan tuntutan kepada penjual akan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian. Shopee akan bertindak sebagai fasilitator melalui pencarian solusi, dan pengambilan keputusan akan wanprestasi yang terjadi tersebut. Pihak penjual dan pembeli diharapkan untuk mengirimkan bukti-bukti transaksi berupa foto barang, nota pembelian, slip resi pengiriman, dan bukti-bukti penunjang lainnya yang dikeluarkan oleh masing-masing pihak. Shopee kemudian memiliki tanggung jawab untuk menjadi penengah akan permasalahan tersebut.
- 7) Penyediaan garansi Shopee. Setiap pembelian yang dilakukan oleh pembeli akan dilindungi oleh garansi Shopee. Garansi Shopee ini berlaku selama 7 (tujuh) hari. Apabila pembeli hendak melakukan keluhan akan barang yang tidak sesuai spesifikasi, dan hendak melakukan tuntutan ganti rugi kepada penjual, tuntutan tersebut harus dilakukan dalam jangka waktu sebelum 7 (tujuh) hari, karena setiap barang yang diperjual belikan

dilindungi oleh garansi Shopee selama 7 (tujuh) hari. Apabila dalam jangka waktu lewat dari 7 hari pembeli baru menyampaikan keluhannya, maka keluhan tersebut tidak dapat diproses, oleh karena itu pembeli Shopee diharapkan untuk selalu menyimpan bukti invoice atau nota pembelian elektronik dalam kegiatan transaksi di Shopee.

Hubungan hukum yang terjalin antara konsumen Shopee dan PT. Shopee Indonesia dalam berkontrak pada umumnya untuk saling bertukar kepentingan. Membiarkan hubungan kontraktual para pihak semata-mata pada mekanisme kebebasan berkontrak sering kali menghasilkan ketidakadilan apabila salah satu pihak berada dalam posisi yang lemah. Hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha dalam kebebasan berkontrak dapat digolongkan dalam 3 (tiga) kategori, yaitu:³⁶

- 1) Hubungan hukum yang terjadi dengan menggunakan syarat-syarat baku, yaitu suatu klausula yang telah disediakan pengusaha dalam suatu konsep surat perjanjian tidak pernah dapat ditinjau kembali. Konsumen hanya dapat menerima syarat-syarat perjanjian itu atau tidak mengadakan perjanjian sama sekali. Kelebihan kemampuan pengusaha tertentu untuk menentukan sendiri syarat-syarat suatu perjanjian, tanpa dikoreksi kecuali konsumen bersedia untuk tidak mendapatkan barang dan/atau jasa yang dibutuhkannya, menyebabkan konsumen pada dasarnya kehilangan kebebasannya. Dalam kondisi demikian, bagi konsumen asas kebebasan dalam hukum perjanjian berarti tidak adanya kebebasan berkehendak;

³⁶ Salim H.S, 2003, *Hukum Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, Hal 68.

- 2) Hubungan hukum secara sukarela, yaitu dapat terjadi antara konsumen dan produsen dengan mengadakan perjanjian tertentu. Dengan perjanjian atau persetujuan tersebut, seperti yang disebutkan dalam Pasal 1313 KUHPerdara, yaitu setiap perbuatan seseorang atau lebih yang mengikatkan diri dengan seorang atau lebih.

Hubungan hukum itu menimbulkan hak dan kewajiban yang sama pada masing-masing pihak. Apabila salah satu pihak lalai dalam melaksanakan kewajibannya untuk memberikan sesuatu, berbuat atau tidak berbuat sesuatu sesuai perjanjian tersebut maka dapat terjadi perbuatan ingkar janji, cedera janji (*wanprestasi*);³⁷

- 3) Hubungan hukum tidak secara sukarela, yaitu terjadi tanpa adanya suatu persetujuan atau perjanjian yang disebabkan oleh suatu perbuatan atau kelalaian atau kurang hati-hati satu pihak yang menimbulkan kerugian. Pasal 1354 KUHPerdara diatur perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian pada pihak lain. Dalam hubungan hukum konsumen kaedah ini sangat penting oleh karena konsumen tidak pernah berhadapan atau mengadakan hubungan hukum secara langsung dengan pemilik atau penanggung jawab usaha.

Berdasarkan kasus diatas penulis berpendapat proses atau transaksi online yang berlangsung melalui dunia maya berbeda dengan transaksi di pasar pada umumnya. Dalam hal ini pedagang dan pembeli dapat berbicara

³⁷ Simanjuntak, 2015, *Hukum Perdata Indonesia*, Kencana, Jakarta, Hal 56.

langsung atau berinteraksi secara langsung. Transaksi melalui dunia maya terjadi ketika pedagang dan pembeli tidak dapat bertemu langsung hanya dengan menggunakan tanda tangan digital atau alat elektronik lainnya sebagai alat transaksi perdagangan. Sebuah transaksi di dunia maya terjadi ketika salah satu dari dua orang melakukan yang lain untuk melakukan sesuatu. Agar tidak terjadi kesalahpahaman antara kedua belah pihak saat jual beli di dunia maya. Evolusi era globalisasi saat ini juga telah melihat kedewasaan kemajuan teknologi, yang di era ini didukung oleh berbagai fitur aplikasi yang memudahkan semua orang untuk berkomunikasi dari jarak jauh. Dampak positif dari kemajuan dan perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis toko online untuk mengirimkan barang ke konsumen. Masyarakat Indonesia memiliki daya beli yang cukup besar dibandingkan dengan negara lain. Proses perubahan cara hidup masyarakat di negara berkembang, yaitu cara hidup berangsur-angsur berubah dari masyarakat agraris menjadi negara industri. Soal ganti rugi sebenarnya banyak kaitannya dengan tanggung jawab operator. Dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Pasal 19 ayat (1) menyatakan bahwa “pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerugian yang diakibatkan oleh konsumsi barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan”.

Saat ini, transaksi jual beli melalui *e-commerce* khususnya di wilayah hukum negara Indonesia berkembang pesat. Indonesia telah memiliki dasar hukum perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan peraturan perundang-undangan lain

yang mengatur hal yang sama. Dalam keadaan seperti itu, sangat penting untuk memberikan konsumen berbagai perlindungan khusus yang rentan terhadap berbagai pelaku komersial yang tidak beritikad baik ketika melakukan transaksi jual beli online, yang dapat merugikan kepentingan konsumen sendiri. . Transaksi online oleh pelaku usaha dan konsumen harus memiliki niat baik sejak awal. Apabila konsumen dan pelaku usaha mengalami kendala dalam transaksi jual beli, maka fasilitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat digunakan untuk memberikan pembinaan kepada konsumen terutama dalam memperjuangkan hak untuk melindungi kepentingannya sendiri. Tidak menutup kemungkinan pelaku komersial menemukan pembeli yang tidak memiliki kesungguhan dalam menyelesaikan persoalan melalui proses serupa. Pada hakekatnya, regulasi terkait perlindungan konsumen tidak cukup hanya menjadi wadah atau wahana hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Beberapa perbaikan dan tambahan elemen regulasi masih perlu ditambahkan untuk melindungi semua pihak. Dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan, kita juga harus waspada terhadap berbagai kemungkinan yang dapat merugikan kepentingan kita.

Tanggung jawab operator atas ganti rugi yang diatur dalam Pasal 1243 KUH Perdata merupakan kewajiban operator yang selanjutnya ditegaskan dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut ketentuan Pasal 7 tentang pelaksanaan kewajiban penyelenggara dalam perjanjian jual beli *e-commerce*, pedagang selaku penyelenggara berkewajiban dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 huruf b, penyelenggara

wajib memberikan informasi yang benar dan jelas mengenai kondisi dan jaminan barang dan informasi jujur yang menjelaskan penggunaan, perbaikan, pemeliharaan.

Dalam perjanjian jual beli *e-commerce*, penyedia *e-commerce* wajib memberikan informasi yang benar dan jelas mengenai kondisi barang yang ada di keranjang belanja, serta informasi detail mengenai kondisi barang dan cara penggunaannya. mereka atau menggunakannya. Perusahaan *e-commerce* juga wajib memberikan jaminan atas barang yang dijual, misalnya pada saat melakukan penjualan melalui *e-commerce*, perusahaan *e-commerce* memberikan jaminan atas barang yang dijual (khususnya produk elektronik) selama kurang lebih satu tahun, Menurut Pasal 7 huruf f, pengusaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan perjanjian.

Saat memenuhi perjanjian penjualan *e-commerce*, perusahaan *e-commerce* wajib mengganti kerugian atas barang yang diterima yang tidak sesuai dengan perjanjian. Jika barang yang dikirim rusak atau cacat pada saat pelaksanaan transaksi. Kompensasi biasanya diberikan dalam waktu kurang lebih 7 (tujuh) hari setelah barang diterima.

Kompensasi *e-commerce* menetapkan bahwa periode kompensasi adalah dalam 7 (tujuh) hari setelah konsumen menerima produk. Pihak yang bertanggung jawab atas kerugian konsumen adalah perusahaan *e-commerce*, bukan pengelola *mall virtual e-commerce*. Perjanjian kerjasama antara pengelola mal virtual dengan perusahaan *e-commerce* dapat dilihat oleh

konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui siapa yang akan melakukan klaim. Pengelola *mall virtual* tidak bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen ketika perusahaan *e-commerce* menandatangani perjanjian penjualan dengan konsumen, karena pengelola *mall virtual* hanya menyediakan tempat bagi perusahaan *e-commerce* untuk bertemu dengan konsumen. Setiap kerugian yang disebabkan oleh masalah kualitas, kerusakan atau keterlambatan pengiriman ditanggung oleh penyedia *e-commerce*. Dalam praktiknya, perusahaan *e-commerce* di *mall virtual* hanya memberi ganti rugi kepada konsumen atas barang yang rusak atau cacat yang dipesan oleh konsumen, dan perusahaan *e-commerce* tidak memberikan kompensasi atas keterlambatan pengiriman. Berdasarkan batasan-batasan tersebut di atas, maka ketentuan “Undang-Undang Perlindungan Konsumen” memberikan Undang-Undang yang lebih jelas tentang pengaturan tanggung jawab penyelenggara, karena ketentuan tersebut menunjukkan bahwa kedua belah pihak berada pada posisi yang relatif seimbang.

Tanggung jawab pemilik toko online atas kerugian yang diakibatkan oleh kerusakan barang yang dibeli oleh konsumen perlu diperhatikan bahwa bagi operator yang menolak dan/atau lalai menanggapi dan/atau lalai melakukan ganti rugi yang diminta konsumen, dapat menggunakan lembaga penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan Menjadi beban dan tanggung jawab pengusaha untuk mengajukan gugatan di pengadilan tempat tinggal konsumen untuk membuktikan ada tidaknya kesalahan dalam tuntutan ganti rugi tersebut. Ganti rugi kepada konsumen merupakan salah satu bentuk

tanggung jawab pemilik toko online. Hal ini perlu dibuktikan apakah ada unsur kesalahan dalam suatu perkara pidana. Bukan hanya menjadi beban dan tanggung jawab operator, tetapi juga kemungkinan dituntut oleh pihak yang berwenang. penuntutan tidak dikecualikan untuk membuktikan hal ini. Pembuktian yang diharapkan adalah beban terbalik dari rezim pembuktian.

Bagi para pelaku niaga diharapkan lebih berhati-hati dalam menerima pemesanan barang yang dijual dengan sistem pre-order terutama melalui media online. Diharapkan pemberian uang muka dalam transaksi pre-order dapat mencegah dan meminimalisir kerugian ketika konsumen melakukan pembatalan pesanan secara sepihak. Sebelum melakukan pemesanan dalam transaksi online, konsumen harus dapat memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen, serta melakukan permintaan berdasarkan itikad baik. Untuk menghindari kemungkinan kerugian yang mungkin diderita para pihak ketika melakukan transaksi di media jual beli tidak resmi Instagram, sebaiknya semua pihak memilih untuk melakukan transaksi di media pasar resmi lainnya dengan lembaga penyelesaian sengketa agar proses transaksi lebih aman.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Transaksi jual beli melalui *e-commerce* saat ini dan terutama di wilayah hukum negara Indonesia telah berkembang dengan pesat. Indonesia telah memiliki landasan hukumnya mengenai perlindungan konsumen yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Pertanggungjawaban pemilik *online shop* atas kerugian akibat kerusakan barang yang dibeli konsumen, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai tanggungjawab pelaku usaha. Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Ganti rugi kepada konsumen sebagai bentuk pertanggungjawaban pemilik *online shop*, dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan, tetapi ketentuan tidak berlaku apabila pelaku

usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

4. Konsumen dalam hal ini harus diberikan berbagai perlindungan khusus yang mana sangat rentan dengan berbagai kemungkinan yang akan merugikan pihak konsumen itu sendiri dari para pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Transaksi secara online bagi pihak para pelaku usaha maupun konsumen masing-masing harus memiliki iktikad baik dari awal. Jika para pihak konsumen maupun para pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli terdapat permasalahan maka dapat menggunakan sarana Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mana sebagai pedoman bagi konsumen terutama untuk memperjuangkan hak-haknya untuk melindungi kepentingannya. Tidak menutup kemungkinan bagi para pelaku usaha jika mendapatkan pembeli yang tidak memiliki iktikad baik dapat menyelesaikan hal melalui proses yang serupa.

B. Saran

1. Pertanggungjawaban pemilik *online shop* atas kerugian akibat kerusakan barang yang dibeli konsumen, perlu memperhatikan bahwa bagi pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen dan pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha.
2. Ganti rugi kepada konsumen sebagai bentuk pertanggungjawaban pemilik *online shop*, perlu memperhatikan pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian. Pembuktian yang dimaksudkan ini merupakan sistem beban pembuktian terbalik.
3. Pada intinya, tidak cukup sampai disini peraturan terkait perlindungan konsumen menjadi wadah maupun sarana hukum bagi pihak konsumen maupun para pelaku usaha. Masih ada beberapa perbaikan dan tambahan substansi peraturan yang perlu ditambah untuk melindungi berbagai pihak. Mengingat perkembangan ilmu pengetahuan semakin pesat maka kita selayaknya juga harus mewaspadaai berbagai kemungkinan yang akan merugikan kepentingan kita.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Hadist:

QS. Al-Baqarah: 279

HR. Imam Ahmad

Buku:

Ahmad Miru, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Anastasia, 2001, *Mengenal E-Commerce Bussines*, Andi Jogyakarta , Yogyakarta.

An Purwadi, 2000, *Pengaturan Persoalan Perlindungan Konsumen Dalam UUPK*, Yustika Vol III No.2.

Ari Purwadi, 2001, *Sistem Tanggung Jawab Perlindungan Konsumen*, Majalah Hukum Volume 16, Surabaya.

Az Nasution, 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta.

John Pieris, 2007, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*, Pelangi Cendekia, Jakarta.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.

Mahdi Rizqullah Ahmad, 2009, *Biografi Rasulullah Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber Autentik*, Qisthi Press, Jakarta.

M.Arsyad Sanusi, 2002, *E- Commerce Hukum Dan Solusinya*, PT Mizan Grafika Sarana, Bandung

Rudy Indrajaja, 2000, *Era Baru Perlindungan Konsumen*, IMNO, Bandung.

Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta.

Sidabalok, Janus. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan Kedua, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.

Simanjuntak P.N, 2015, *Hukum Perdata Indonesia*, Kencana, Jakarta.

Subagyo, 2010, *Buku Sederhana Memahami Perlindungan Konsume*, Surabaya.

Yapiter Marpi, 2020, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce*, PT. Zona Media Mandiri, Tasikmalaya.

Zulham, 2013, *Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta.

Peraturan Perundang-undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Jurnal:

Khadafi, Muhammad. 2016. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Fakultas Hukum, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Khotimah, Cindy Aulia dan Khoirunnisa, Jeumpa Crisan. *Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Jual-Beli Online*.

Internet :

<http://bpka.jogjaprovo.go.id>, diakses pada 20 Juni 2023, pukul 14.00 WIB

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt50bf69280b1ee/perlindungan-konsumen-dalam-e-commerce>
diakses pada 21 Juni 2023, pukul 08.30 WIB