

**ASPEK HUKUM KEWAJIBAN DAN TANGGUNG JAWAB SHOPEE  
TERKAIT DISKON DAN GRATIS ONGKIR BAGI PENGGUNA  
APLIKASI SHOPEE DITINJAU BERDASARKAN UNDANG-UNDANG  
INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**

**Skripsi**

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



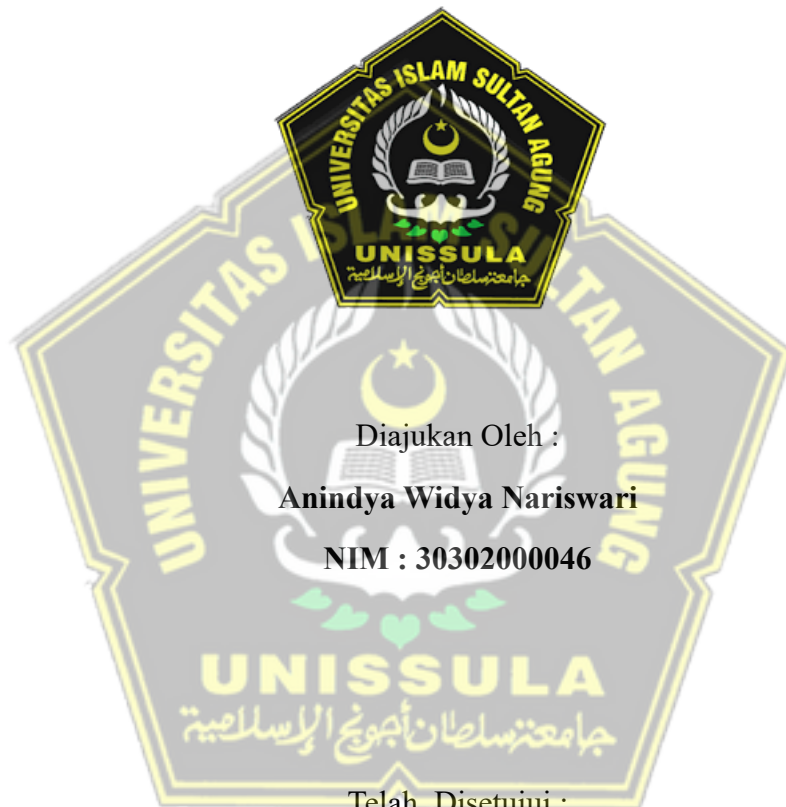
Diajukan Oleh :

**Anindya Widya Nariswari**

**NIM : 30302000046**

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)  
SEMARANG  
2024**

**ASPEK HUKUM KEWAJIBAN DAN TANGGUNG JAWAB SHOPEE  
TERKAIT DISKON DAN GRATIS ONGKIR BAGI PENGGUNA  
APLIKASI SHOPEE DITINJAU BERDASARKAN UNDANG-UNDANG  
INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**



Diajukan Oleh :

**Anindya Widya Nariswari**

**NIM : 30302000046**

Telah Disetujui :

Pada Tanggal, 10 Januari 2024

Dosen Pembimbing :

**Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum**

**NIDN : 06-1510-6602**

**ASPEK HUKUM KEWAJIBAN DAN TANGGUNG JAWAB SHOPEE  
TERKAIT DISKON DAN GRATIS ONGKIR BAGI PENGGUNA  
APLIKASI SHOPEE DITINJAU BERDASARKAN UNDANG-UNDANG  
INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Anindya Widya Nariswari

NIM : 30302000046

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal, 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji

Ketua,

**Dr. Hj. Siti Ummu Adillah, S.H., M.Hum**

NIDN : 06-0504-6702

Anggota,

Anggota,

**Dr. H. Umar Ma'ruf, S.H., Sp.N., M.Hum** **Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum**

NIDN : 06-1702-6801

NIDN : 06-1510-6602

Mengetahui,

Dekan Fakultas Hukum Unissula

**Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H.**

NIDN : 06-0707-7601

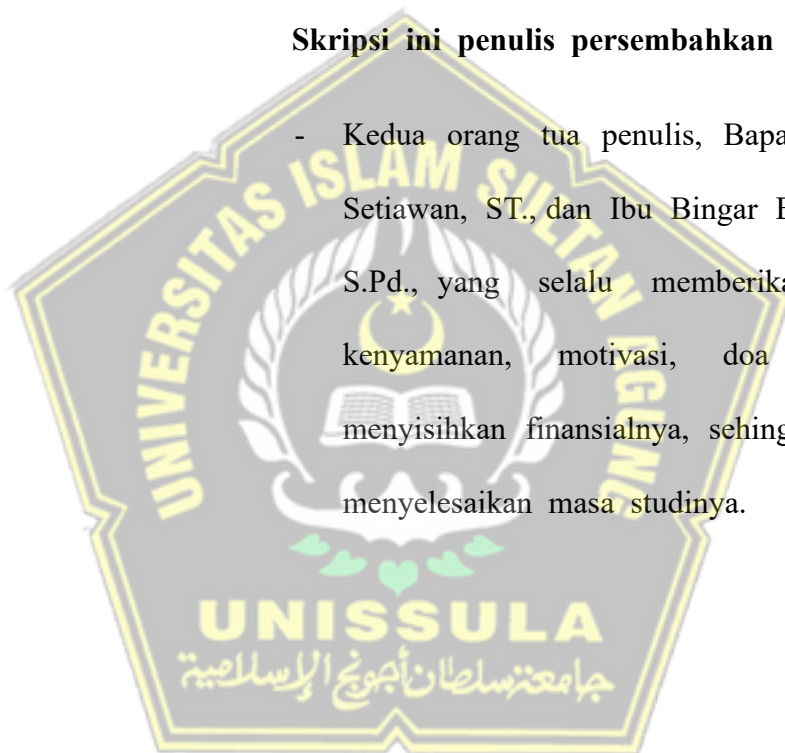
## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

- “Berterimakasihlah pada masalah. Karenanya kamu bisa lebih memahami apa yang harus kamu hindari”.

### **Skripsi ini penulis persembahkan kepada :**

- Kedua orang tua penulis, Bapak Suwito Agus Setiawan, ST., dan Ibu Bingar Estiningtyas, SE., S.Pd., yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik, dan menyisihkan finansialnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan masa studinya.



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anindya Widya Nariswari  
NIM : 30302000046  
Program Studi : S-1 Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul **“ASPEK HUKUM KEWAJIBAN DAN TANGGUNG JAWAB SHOPEE TERKAIT DISKON DAN GRATIS ONGKIR BAGI PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DITINJAU BERDASARKAN UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK”** benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bebas dari peniruan hasil karya orang lain. Kutipan, pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Semarang, 26 Februari 2024

Yang menyatakan

**Anindya Widya Nariswari**

NIM. 3030200004

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anindya Widya Nariswari  
NIM : 30302000046  
Program Studi : S-1 Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :

**“ASPEK HUKUM KEWAJIBAN DAN TANGGUNG JAWAB SHOPEE TERKAIT DISKON DAN GRATIS ONGKIR BAGI PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DITINJAU BERDASARKAN UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK”** dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasinya 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, 26 Februari 2024

Yang menyatakan,

**Anindya Widya Nariswari**

NIM. 3030200004

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **ASPEK HUKUM KEWAJIBAN DAN TANGGUNG JAWAB SHOPEE TERKAIT DISKON DAN GRATIS ONGKIR BAGI PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DITINJAU BERDASARKAN UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**. Penulisan skripsi ini ditujukan sebagai pemenuhan persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari keterlibatan berbagai pihak yang senantiasa membantu dan membimbing penulis. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah membantu mendoakan penulis baik bantuan secara moril maupun materiil demi terselesainya skripsi ini baik bantuan secara moril maupun materiil demi terselesainya skripsi ini. Penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H. S.E. Akt. M. Hum., selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

3. Dr. Hj. Widayati, S.H. M.H., selaku Wakil Dekan I dan Dr. Arpangi, S.H. M.H., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Muhammad Ngazis, S.H. M. Hum., selaku ketua Prodi S1 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Dr. Andi Aina Ilmih, S.H., M.H., selaku dosen wali yang dengan sabar telah membimbing penulis selama proses perkuliahan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang;
6. Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, staff dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Suwito Agus Setiawan, S.T., dan Ibu Bingar Estiningtyas S.E., S.Pd., serta adik-adik penulis Luthfi Yudhatama dan Hayman Yahya Maheswara yang setiap harinya selalu memberikan dukungan dan do'a, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini;
9. Sahabat-sahabat penulis yang terbaik M. Rizal Saputra, Sonia Meyra, Sadam Ari, Harits Arizki, Nailul Fadlilah Faza, Alam Widodo, Umar Bakhtiyar, Lita Dwi, Dewi Yuniasari, Danang Dwi Utomo, Muhandis Prambudi, Heri Santoso, Hendrik Purwanto. Terima kasih sudah menjadi teman terbaik selama penulis menempuh pendidikan dan telah mengajarkan banyak hal bagi penulis. Pengalaman yang luar biasa



bersama kalian akan menjadi moment yang tidak terlupakan dan sangat dirindukan.

10. Sahabat-sahabat penulis selama menjadi mahasiswa Bagus Adji, A. Saloga, Hallasura A. C., Deva Aperta, Suci Ainur, Wiwik Hastuti, Ragil Zahrotusshofa, Safa Atika, M. Faisal Aqbar Gilang S., Faysha Puspamurti, yang telah menemani penulis dari awal hingga akhir perkuliahan, yang selalu mengiringi berprosesnya penulis hingga kini dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis.
11. Organisasi Suara Pers Mahasiswa (SUPREMA) Fakultas Hukum Unissula yang sudah mengajarkan dan memberikan pengalaman yang luar biasa bagi penulis.
12. Kepada seseorang, yang tak kalah penting kehadirannya, Sahidin, Dadang Prasangga dan Daffa Alham Perdana. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu maupun materi kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
13. Segenap teman-teman angkatan 2020 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan ide maupun tenaga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga Allah SWT

senantiasa memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan dan bantuan-bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Besar harapan panulis atas kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kebaikan bersama dan semoga skripsi yang sederhana ini dapat memberikan manfaat serta menambah pengetahuan bagi kita khususnya bagi para pembaca.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Semarang, 26 Februari 2024

Penulis

Anindya Widya Nariswari

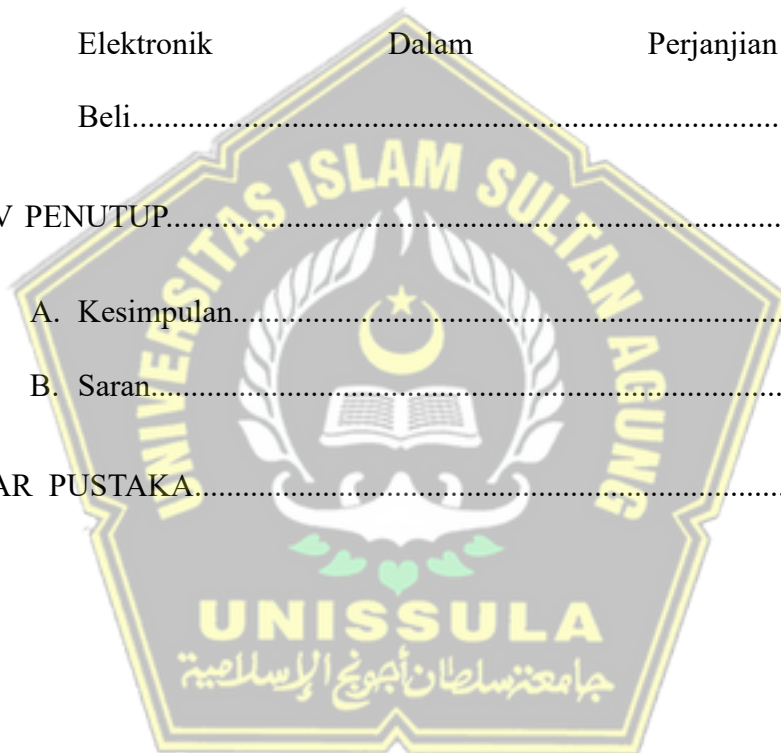


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BERKAS.....	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Terminologi.....	10
1. Aspek Hukum.....	10
2. Diskon dan Gratis Ongkir.....	10
3. Pengguna Aplikasi.....	11

4. Aplikasi Shopee.....	11
5. Undang-Undang ITE.....	13
F. Metode Penelitian.....	13
1. Metode Pendekatan.....	14
2. Spesifikasi Penelitian.....	14
3. Jenis dan Sumber Data.....	15
4. Metode Pengumpulan Data.....	16
5. Metode Analisis Data.....	16
G. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli.....	19
1. Pengertian Perjanjian Jual Beli.....	19
2. Dasar Hukum dan Syarat Sahnya Jual Beli.....	21
3. Jenis-jenis Perjanjian Jual Beli.....	22
4. Tujuan Perjanjian Jual Beli.....	28
B. Tinjauan Tentang E-Commerce.....	30
1. Pengertian Tentang E-Commerce.....	30
2. Sejarah Singkat E-Commerce.....	31
3. Dasar Hukum E-Commerce.....	33
4. Jenis-jenis E-Commerce.....	35
5. Tinjauan Tentang Diskon dan Gratis Ongkir Pada E-Commerce.....	41
C. Tinjauan Diskon Menurut Hukum Islam.....	44

BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	47
A. Kewajiban dan Tanggung Jawab Shopee Sebagai Platform <i>E-Commerce</i> Terkait Pemberian Diskon dan Gratis Ongkir Kepada Pengguna Aplikasinya.....	47
B. Ketentuan Mengenai Diskon dan Gratis Ongkir yang Terjadi Pada Aplikasi Shopee Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Perjanjian Jual Beli.....	69
BAB IV PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78



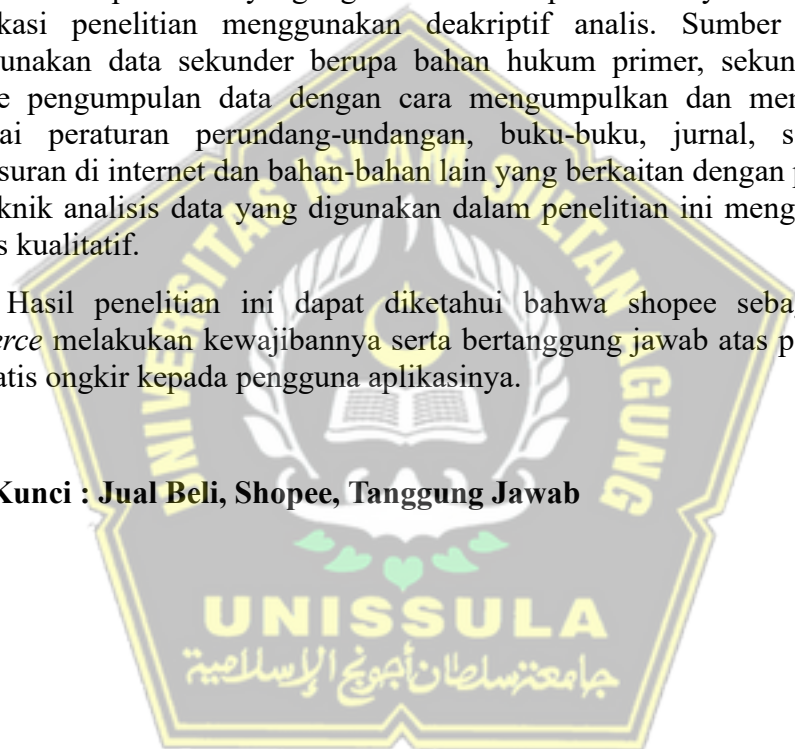
## ABSTRAK

Jual beli merupakan transaksi perdata yang sering dilakukan oleh perorangan untuk memperoleh hak kepemilikan atas suatu benda. Shopee merupakan salah satu contoh aplikasi belanja online yang terkenal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kewajiban dan tanggung jawab shopee sebagai *platform e-commerce* terkait pemberian diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya serta untuk mengetahui diskon dan gratis ongkir yang terjadi pada aplikasi shopee sudah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam praktik jual beli.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian menggunakan deakriptif analisis. Sumber data penelitian menggunakan data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan membaca data dari berbagai peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal, serta melakukan penelusuran di internet dan bahan-bahan lain yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa shopee sebagai *platform e-commerce* melakukan kewajibannya serta bertanggung jawab atas pemberian diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya.

**Kata Kunci : Jual Beli, Shopee, Tanggung Jawab**



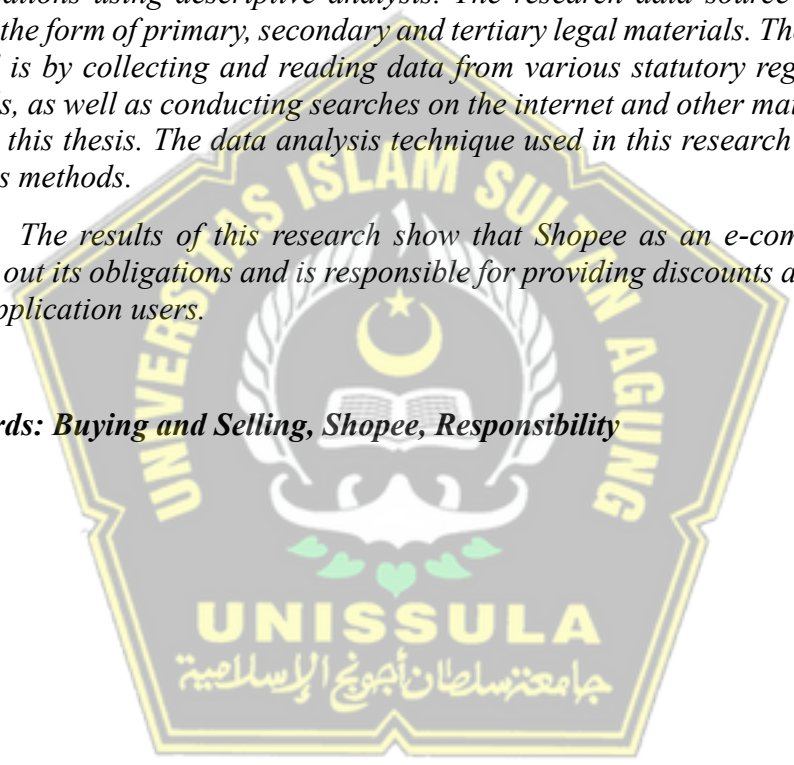
## ABSTRACT

*Buying and selling is a civil transaction that is often carried out by individuals to obtain ownership rights to an object. Shopee is an example of a well-known online shopping application. This research aims to find out the obligations and responsibilities of Shopee as an e-commerce platform regarding providing discounts and free shipping to its application users and to find out whether discounts and free shipping that occur on the Shopee application are in accordance with the provisions of the Information and Electronic Transactions Law in selling practices. buy.*

*The research method used is a normative juridical approach with research specifications using descriptive analysis. The research data source uses secondary data in the form of primary, secondary and tertiary legal materials. The data collection method is by collecting and reading data from various statutory regulations, books, journals, as well as conducting searches on the internet and other materials related to writing this thesis. The data analysis technique used in this research uses qualitative analysis methods.*

*The results of this research show that Shopee as an e-commerce platform carries out its obligations and is responsible for providing discounts and free shipping to its application users.*

**Keywords:** *Buying and Selling, Shopee, Responsibility*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Kata “jual dan beli” terdiri dari dua suku kata : jual beli. Istilah “beli” mengacu pada tindakan pembelian, sedangkan “jual” mengacu pada tindakan menjual.<sup>1</sup> Karena jual beli melibatkan dua pihak yaitu penjual yang bertindak sebagai penjual dan pembeli yang bertindak sebagai pembeli, maka dalam hal ini terjadi peristiwa hukum yaitu jual beli. Dalam lingkup perdata, jual beli dianggap sebagai peristiwa hukum. Soeroso berpendapat jual beli merupakan peristiwa hukum majemuk, artinya melibatkan banyak peristiwa, seperti perundingan, penyerahan barang, dan penerimaan barang.<sup>2</sup> Jual beli merupakan transaksi perdata yang sering dilakukan oleh perorangan untuk memperoleh hak kepemilikan atas suatu barang. Hak milik atas sebagian besar harta benda seseorang diperoleh melalui penyerahan oleh pihak ketiga, yaitu penjual. Hal ini diperkuat dengan klarifikasi Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia yang menyatakan, “Negara Indonesia adalah negara hukum.” Hal tersebut bermakna segala sesuatu di negara Indonesia telah diatur kedalam suatu Undang-Undang yang berlaku termasuk kedalam hal perlindungan konsumen yang terlibat kedalam transaksi jual beli secara online melalui *platform* shopee.

---

<sup>1</sup> Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, 1994, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 33.

<sup>2</sup> R. Soeroso, 2011, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 252-253.



Mengenai aspek hukum diskon dan gratis ongkir bagi pengguna aplikasi shopee dalam tinjauan hukum jual beli timbul karena fenomena pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia dan di seluruh dunia. Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah cara konsumen berbelanja secara signifikan. Bahkan dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, konsumen kini memiliki aksesibilitas yang lebih besar dalam berbelanja secara online, dapat dengan mudah mencari informasi produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian melalui platform *e-commerce*.<sup>3</sup> Hal ini dilakukan bukan dengan tujuan untuk melakukan penipuan virtual, melainkan untuk mengaktifkan akses jarak jauh melalui tampilan gambar visual atau dengan izin penuh, sehingga mendapatkan kepercayaan pihak lain bahwa apa yang mereka lakukan adalah sah dan sesuai dengan fakta di lapangan. Di zaman modern ini, jual beli yang dilakukan antara dua pihak melalui koneksi internet sehingga pembeli dan penjual dapat melihat barang yang diperjualbelikan disebut dengan belanja online atau jual beli online. Jual beli, baik yang dilakukan secara offline maupun online, sangat penting untuk menjaga hak-hak konsumen dan mencegah penipuan serta tindak pidana lainnya, sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 08 Tahun 1999.<sup>4</sup> Undang-Undang No. 09 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa tata cara transaksi online

---

<sup>3</sup> M. Afdhal Chatra P., Zunan Setiawan, et al., 2023, *Kewirausahaan 5.0 Membangun Keberhasilan Wirausaha pada Era Society 5.0*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi, hlm. 20

<sup>4</sup> Muh Shadiqul Mushaddiq dan Muh Rahmat Alfatah, 2022, *Jual Beli Online*, *Fakultas Syari'ah dan Hukum Uin Alauddin Makassar*

mempunyai kekhasan tersendiri karena memerlukan penggunaan internet sebagai medianya. Shopee merupakan salah satu contoh aplikasi belanja online yang terkenal. Shopee, retail online ternama, sangat disukai karena penawaran gratis ongkos kirimnya. Shopee telah diakui sebagai situs *e-commerce* paling populer di negara ini. Aplikasi belanja online ini tidak hanya menawarkan promo gratis ongkir yang menarik, namun juga menawarkan diskon dan potongan harga yang menggiurkan.<sup>5</sup>

Namun, dalam praktiknya, penawaran diskon dan gratis ongkir ini tidak jarang menimbulkan pertanyaan dan perdebatan hukum, terutama dalam konteks hukum jual beli. Belanja online adalah proses dimana pelanggan menggunakan internet untuk membeli barang, jasa, dll secara langsung dan interaktif dari penjual secara *real-time* dan tanpa memerlukan perantara.<sup>6</sup> Beberapa latar belakang masalah yang mungkin muncul adalah sebagai berikut :

1. Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya, tujuan peraturan perundang-undangan dalam mendorong kemajuan ekonomi adalah untuk mendorong persaingan pasar dan ekonomi. Setiap pelaku dunia bisnis membutuhkan dukungan pelanggan untuk tumbuh dan bersaing. Namun pada kenyataannya, konsumen sering kali dirugikan oleh badan usaha; namun demikian, mereka biasanya ragu-ragu untuk mengambil

---

<sup>5</sup> Grieffanny Pranata Wicaksana, Afdiarsa Zaidan. et al., 2022, *Pemasaran Kewirausahaan Sosial dari Perspektif Teori*, Inara Publisher, Malang, hlm. 110

<sup>6</sup> Mujiyana dan Ingge Elissa, 2013, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online, *J@ati Undip : Jurnal Teknik Industri*

tindakan hukum terhadap entitas-entitas tersebut untuk memulihkan kerugian mereka.<sup>7</sup> Diskon dan gratis ongkir seringkali menjadi daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Namun, dalam beberapa kasus, ada dugaan bahwa harga asli barang sebelum diberikan diskon mungkin telah diinflasi, sehingga konsumen tidak benar-benar mendapatkan manfaat dari penawaran tersebut. Hal ini dapat menimbulkan masalah hukum terkait perlindungan konsumen terhadap praktek dagang yang menyesatkan.

## 2. Persaingan Usaha

Penawaran diskon dan gratis ongkir oleh shopee juga dapat mempengaruhi persaingan usaha dengan pelaku e-commerce lainnya. Jika praktek ini dianggap tidak adil atau melanggar aturan persaingan usaha, maka dapat menimbulkan masalah hukum terkait kartel atau monopoli.

## 3. Transparansi Informasi

Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menyediakan barang dengan menggunakan sistem elektronik wajib memberikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai syarat-syarat kontrak, pembuat, dan barang yang ditawarkannya.<sup>8</sup> Keterbukaan dan transparansi

---

<sup>7</sup> Aulia Muthiah, 2023, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, hlm. 38.

<sup>8</sup> Ukie Tukinah, 2015, Model Perlindungan Preventif Bagi Konsumen Onlineshop Melalui Keterbukaan Informasi, *Jurnal Pembaharuan Hukum Unissula*, Vol. II, No. 3.

informasi adalah hal penting dalam transaksi jual beli. Penawaran diskon dan gratis ongkir harus dijelaskan secara jelas kepada konsumen, termasuk syarat dan ketentuan yang berlaku. Jika informasi yang diberikan tidak jelas atau menyesatkan, ini dapat menimbulkan pertanyaan tentang keabsahan hukum dari penawaran tersebut.

#### 4. Keseimbangan Hubungan Kontrak

Dalam konteks hukum jual beli, terdapat asas keseimbangan hubungan kontrak antara penjual dan pembeli. Penawaran diskon dan gratis ongkir dapat mempengaruhi keseimbangan tersebut, terutama jika penawaran tersebut memberikan keuntungan yang tidak wajar bagi salah satu pihak.

#### 5. Pengaruh Terhadap Pihak Ketiga

Penawaran diskon dan gratis ongkir juga dapat berdampak pada pihak ketiga, seperti penyalur atau mitra bisnis shopee. Jika penawaran ini mengakibatkan kerugian atau ketidakadilan bagi pihak-pihak tersebut, maka dapat menimbulkan pertanyaan hukum terkait tanggung jawab shopee terhadap dampak dari penawaran tersebut.

Dalam tinjauan hukum jual beli, semua masalah di atas perlu dianalisis untuk memastikan bahwa penawaran diskon dan gratis ongkir oleh shopee sesuai dengan prinsip-prinsip hukum yang berlaku dan tidak melanggar hak-hak konsumen maupun prinsip persaingan usaha yang sehat. Dengan begitu, perlindungan konsumen dan keseimbangan dalam

transaksi jual beli dapat tetap terjaga, sementara *e-commerce* tetap dapat berinovasi dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Hukum Islam membahas tentang masalah mu'amalah yang berkaitan dengan jual beli; aturan aslinya menyatakan bahwa transaksi tersebut sah dan halal. Sampai ada bukti dari syariat yang membuktikan sebaliknya, maka tidak ada batasan dan tidak dianggap haram.<sup>9</sup>

Allah SWT berfirman di dalam QS. Al-Baqarah//2:275 yang artinya :

“Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”.

Karena jual beli didasarkan atas kesepakatan bersama, maka Pasal 1458 KUH Perdata (Burgelijk Weetboek) memperbolehkan transaksi tetap berlangsung meskipun barang belum dibayar lunas. Hal ini menunjukkan bahwa persyaratan jual beli telah terpenuhi, artinya meskipun transaksi hanya dilakukan secara online, namun tetap dapat ditangani secara sah jika terjadi pelanggaran atau kejahatan yang melibatkan kegiatan tersebut. Pelacakan keberadaan barang bisa dilakukan meski dilakukan secara online. Sebab, secara sah diatur dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa hasil cetakan, dokumen elektronik, dan informasi elektronik semuanya dianggap sebagai alat bukti yang sah dan perluasan hukum sesuai dengan hukum acara Indonesia.

---

<sup>9</sup> Al-Ustadz Abu Abdillah Afifudin as-Sidawi, 2022, *Bisnis Online dalam Perspektif Fikih Islam*, At-Tuqa, Yogyakarta, hlm. 21.

Konteks pemberian diskon dan gratis ongkir dalam transaksi jual beli, perlu ditekankan bahwa aspek hukum memiliki peran sentral dalam memastikan kejelasan, transparansi, dan perlindungan hak-hak konsumen serta penjual.

Diskon dan gratis ongkir telah menjadi strategi umum dalam dunia *e-commerce*, termasuk dalam penggunaan aplikasi shopee. Bagi perusahaan *e-commerce* seperti shopee, memberikan diskon dan gratis ongkir adalah salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan untuk menarik pelanggan. Praktik ini memberikan insentif bagi pengguna untuk melakukan transaksi melalui platform elektronik.

Namun, dalam konteks hukum jual beli yang diatur oleh Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), perlu dianalisis apakah praktik diskon dan gratis ongkir ini memenuhi ketentuan yang ada. Salah satu aspek yang relevan adalah perlindungan data pribadi pengguna. Shopee harus memastikan bahwa data pribadi pengguna tidak disalahgunakan atau bocor selama proses transaksi.

Selain itu, dalam memberikan fasilitas tersebut, perusahaan juga perlu memastikan bahwa strategi pemasaran dan promosi yang digunakan tidak melanggar hak-hak konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memahami ketentuan perlindungan konsumen dan hak-hak mereka yang tercantum dalam peraturan perundang-undangan terkait.

Dengan demikian, perusahaan tidak hanya harus mematuhi UU ITE, tetapi juga harus memperhatikan aspek-aspek hukum lainnya yang relevan. Hal ini mencakup ketentuan-ketentuan perlindungan konsumen, kebijakan privasi, dan regulasi lainnya yang dapat mempengaruhi implementasi diskon dan gratis ongkir. Dengan memahami secara menyeluruh aspek hukum yang terkait, perusahaan dapat menjaga reputasi mereka dan mencegah terjadinya masalah hukum di masa mendatang.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah terkait aspek hukum dari diskon dan gratis ongkir bagi pengguna aplikasi shopee dalam konteks hukum jual beli adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kewajiban dan tanggung jawab shopee sebagai platform *e-commerce* terkait pemberian diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya?
2. Bagaimana ketentuan mengenai diskon dan gratis ongkir menurut Undang-Undang ITE dalam praktik jual beli yang terjadi pada aplikasi shopee?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian mengenai aspek hukum adanya diskon dan gratis ongkir bagi pengguna aplikasi shopee ditinjau berdasarkan asas jual beli adalah untuk memahami dan menganalisis kompatibilitas praktik diskon dan gratis ongkir dalam transaksi jual beli dengan asas-asas hukum yang mengatur hubungan antara penjual dan pembeli. Beberapa tujuan penelitian yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Untuk mengetahui kewajiban dan tanggung jawab shopee sebagai platform *e-commerce* terkait pemberian diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya
2. Untuk mengetahui diskon dan gratis ongkir yang terjadi pada aplikasi shopee sudah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang ITE dalam praktik jual beli

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian mengenai aspek hukum adanya diskon dan gratis ongkir bagi pengguna aplikasi shopee yang ditinjau berdasarkan hukum jual beli memiliki berbagai kegunaan dan manfaat, antara lain :

- a. Secara teoritis dapat menganalisis apakah praktik diskon dan gratis ongkir di shopee sesuai dengan asas-asas hukum yang mengatur jual beli di Indonesia.
- b. Secara teoritis dapat membantu mengidentifikasi dan menganalisis asas-asas hukum yang relevan yang berlaku dalam transaksi jual beli di Indonesia. Beberapa asas jual beli yang mungkin relevan antara lain adalah kebebasan berkontrak, kesetaraan hak dan kewajiban, itikad baik, tanggung jawab, dan sebagainya.
- c. Secara praktis dapat mengidentifikasi upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen jika terjadi pelanggaran asas jual beli terkait diskon dan gratis ongkir di shopee. Hal ini mencakup upaya penyelesaian sengketa, ganti rugi, dan perlindungan konsumen secara umum.



## E. Terminologi

Dalam konteks hukum jual beli, terdapat beberapa terminologi yang relevan terkait aspek hukum adanya diskon dan gratis ongkir bagi pengguna aplikasi shopee. Beberapa terminologi tersebut antara lain :

### 1. Aspek Hukum

Aspek hukum dalam konteks penggunaan platform *e-commerce* seperti shopee melibatkan berbagai hal yang berkaitan dengan transaksi, perlindungan konsumen, privasi, keamanan data, dan lain-lain.

### 2. Diskon dan Gratis Ongkir

Diskon adalah imbalan yang diberikan pedagang kepada pelanggan untuk menunjukkan penghargaan mereka atas tindakan tertentu dan untuk membuat penjual senang. Ada empat jenis diskon dalam strategi pemasaran: diskon cash (cash discount), *trade discount*, diskon musiman, dan diskon kuantitas.<sup>10</sup>

Gratis ongkir yaitu penawaran dari penjual atau platform *e-commerce* yang membebaskan biaya pengiriman produk kepada konsumen. Konsumen tidak perlu membayar biaya pengiriman atau ongkos kirim saat membeli produk dengan layanan gratis ongkir. Sedangkan pengiriman gratis adalah jenis persuasi langsung dengan menggunakan berbagai insentif yang dapat diatur untuk mendorong penjualan produk dengan cepat atau meningkatkan

---

<sup>10</sup> Ita Rahmawati, Lailatus Sa'adah. et al., 2020, *Faktor Diskon, Bonus Pack, dan In Store Display Serta Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif*, LPPM, Jombang, hlm. 7.

jumlah barang yang dibeli oleh klien, menurut Tjiptono (Dalam Basalamah dan Millaningtyas, 2021).<sup>11</sup>

### 3. Pengguna Aplikasi

Mengacu pada individu atau konsumen yang menggunakan platform *e-commerce* shopee untuk melakukan pembelian barang dan jasa dari penjual yang terdaftar di shopee. Pengguna shopee dapat memanfaatkan berbagai fitur dan layanan yang disediakan oleh platform ini untuk menjelajahi produk, bertransaksi, dan berinteraksi dengan pengguna penjual serta pengguna lainnya.

### 4. Aplikasi Shopee

Shopee merupakan aplikasi belanja online yang menawarkan beragam saluran penjualan produk untuk memenuhi permintaan konsumen, antara lain *fashion*, peralatan rumah tangga, dan barang lainnya.<sup>12</sup> Shopee didukung oleh SEA Group (sebelumnya Garena), didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng yang sebelumnya memimpin *e-commerce* Zalora dan Lazada.<sup>13</sup> Shopee dimulai di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Taiwan, Vietnam, Thailand, Indonesia, dan Filipina. Komputer tidak selalu diperlukan bagi konsumen untuk melakukan

---

<sup>11</sup> Wahyudi, 2022, "Pengaruh Flash Sale, Cashback dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Muslim (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Aceh)", *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry*, Banda Aceh.

<sup>12</sup> Basrah Saidani, Lisa Monita Lusiana, Shandy Aditya, 2019, Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 10, No. 2.

<sup>13</sup> Erwin Erwin, Agus Dedi Subagja. et al., 2023, *Bisnis Digital : Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*, PT. Green Pustaka Indonesia, Cirebon, hlm. 77.

aktivitas pembelian online berkat aplikasi Shopee. Sebaliknya, Shopee menawarkan berbagai macam hal, mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari, hanya dengan memanfaatkan *smartphone*. Shopee memberikan sejumlah keuntungan, seperti:

- 1) Hanya perlu 30 detik untuk menjual sesuatu, dan itu sangat cepat.
  - 2) Memudahkan penjual dalam menggunakan fungsi gambar untuk memasarkan barangnya.
  - 3) Penjual dapat memantau transaksi jual beli online dengan lebih mudah karena adanya fungsi notifikasi yang terus memberikan informasi mengenai sistem pembayaran hingga transaksi selesai.
  - 4) Tidak memiliki biaya layanan atau biaya pengiriman.
  - 5) Mempunyai fitur yang memungkinkan pelanggan menawar untuk mendapatkan kesepakatan yang lebih baik
5. Undang-Undang ITE

Jual beli online tercakup dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 Nomor 2. Dengan kata lain, transaksi elektronik adalah urusan bisnis yang sah. Dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Risqiani Nur Badria dan Surya Ely S., 2022, *Amandemen Undang-Undang ITE (UU RI No. 19 Tahun 2016)*, Redaksi Sinar Grafika, Jakarta Timur, hlm. 3.

Sedangkan untuk Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE), PP no. 82 Tahun 2012 menyatakan tetap dianggap sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada hakekatnya adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi, mengembangkan atau menguji kebenaran dengan metode ilmiah yang digunakan dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.

Metode ilmiah merupakan gabungan metode pendekatan rasional dan pendekatan empiris, dengan adanya penelitian ini, maka usaha manusia untuk mengembangkan ilmu pengetahuannya dapat dilakukan dengan sebaik mungkin. Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara atau metode tertentu sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan.

Penulis menggunakan metode-metode yang lazim yang digunakan dalam sebuah kegiatan penelitian hukum. Adapun metode-metode yang digunakan penulis tersebut adalah sebagai berikut :

### **1. Metode Pendekatan**

Berdasarkan permasalahan yang diajukan, peneliti menggunakan metode penelitian hukum dengan pendekatan yuridis normatif, yaitu pendekatan atau penelitian hukum dengan mengidentifikasi asas-asas hukum jual beli yang berlaku di Indonesia dan menganalisis praktik diskon dan gratis ongkir di shopee sesuai atau bertentangan dengan asas-asas tersebut.

## **2. Spesifikasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif. Deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan secara rinci mengenai fakta dan data yang ditemukan tentang keadaan atau suatu peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian bersifat deskriptif memiliki tujuan mendeskripsikan, menjelaskan, serta memaparkan hasil dari permasalahan yang diangkat penulis.

## **3. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang dilakukan dengan cara studi kepustakaan, yang terdiri dari :

### **1. Bahan Hukum Primer**

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat yang bersifat autoritatif dari literatur hukum negara, meliputi:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2006 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;

4) PP Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE)

5) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

## 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan yang menjelaskan bahan hukum primer berupa hasil penelitian dalam bentuk buku-buku yang ditulis oleh para ahli, artikel, karya ilmiah, pendapat pakar hukum.

## 3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah yaitu bahan-bahan lain yang ada relevansinya dengan pokok permasalahan yang menjelaskan serta memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus (hukum) dan ensiklopedia.

## 4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data berikut digunakan:

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah studi kepustakaan atau *library research*. Metode ini melibatkan penggunaan dan sekunder yang diperoleh melalui membaca literatur kepustakaan, seperti buku, jurnal ilmiah, undang-undang, dan bahan karya ilmiah lainnya. Peneliti juga dapat melakukan penelusuran karya ilmiah di internet untuk memperoleh data yang relevan dengan dengan topik penelitian. Dalam metode ini, data dikumpulkan melalui analisis terhadap

sumber-sumber tertulis yang ada untuk mendukung penelitian dan menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Studi pustaka adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder.

## **5. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan efisien sehingga memudahkan interpretasi data yang secara mendalam dari berbagai aspek sesuai dengan lingkup penelitian. Untuk itu, data dalam penelitian ini akan diuraikan ke dalam bentuk kalimat-kalimat yang tersusun secara sistematis, sehingga diperoleh gambaran yang jelas dan pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban singkat atas pokok bahasan dan rumusan masalah.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pengkajian dan penelitian terhadap materi hasil penelitian secara keseluruhan, maka penulis menyusun kerangka sub-bab yang dapat memberikan gambaran luas, sehingga menjadikan skripsi ini lebih sistematis dan terarah. Empat bab yang menjadi sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I                      PENDAHULUAN**

Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, terminologi, metode penelitian,

dan sistematika penulisan semuanya dibahas penulis dalam bab ini.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang tinjauan umum mengenai jual beli, meliputi : pengertian perjanjian jual beli, dasar hukum dan syarat sahnya jual beli, jenis-jenis perjanjian jual beli, tujuan perjanjian jual beli.

Tinjauan umum mengenai *e-commerce*, meliputi : pengertian tentang *e-commerce*, sejarah singkat *e-commerce*, dasar hukum *e-commerce*, jenis-jenis *e-commerce*, tinjauan tentang diskon dan gratis ongkir pada *e-commerce*. Tinjauan umum mengenai diskon menurut hukum Islam.

## BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis menyajikan hasil dari penelitian yang membahas tentang kewajiban dan tanggung jawab shopee sebagai *platform e-commerce* terkait pemberian diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya, serta ketentuan mengenai diskon dan gratis ongkir yang terjadi pada aplikasi shopee menurut UU ITE dalam praktik jual beli.

## BAB IV PENUTUP



Dalam bab ini, berisi kesimpulan dan saran.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli

##### 1. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Subekti mengartikan perjanjian sebagai suatu keadaan dimana seseorang berjanji untuk melakukan sesuatu untuk orang lain, atau dua orang berjanji untuk melakukan sesuatu untuk satu sama lain. Aliansi adalah hubungan yang berkembang antara dua individu sebagai akibat dari kejadian ini. Kesepakatan antara kedua belah pihak dituangkan dalam perjanjian. Perjanjian adalah seperangkat kata-kata yang memuat ikrar atau janji, baik secara lisan maupun tertulis.<sup>15</sup>

Suatu perjanjian melahirkan suatu perjanjian, yang merupakan penghubung antara suatu perjanjian dengan suatu perjanjian. Bersamaan dengan sumber-sumber lain, perjanjian merupakan sumber perjanjian. Karena dua pihak sepakat untuk mencapai sesuatu, maka perjanjian disebut juga dengan perjanjian. Ada yang mungkin berargumentasi bahwa pengertian kedua istilah, persetujuan dan persetujuan, adalah sama.

Berdasarkan uraian di atas, yang dimaksud dengan suatu obyek yang nyata atau kejadian yang konkrit adalah perjanjian, walaupun perjanjian itu maknanya abstrak. Suatu perjanjian sering kali terlihat jika dibuat secara tertulis, dan jika hanya sekedar lisan, maka kata-kata yang mengandung janji itu dapat didengar. Sebaliknya, suatu

---

<sup>15</sup> Subekti, 2001, *Hukum Perjanjian*, Cetakan 19, Intermedia, Jakarta, hlm. 1.

kesepakatan tidak dapat dilihat secara nyata dan hanya dapat dibayangkan.<sup>16</sup>

Yang dimaksud dengan perjanjian jual beli adalah suatu akad yang salah satu pihak sepakat untuk mengalihkan suatu barang dan pihak yang lain sepakat untuk membayar sejumlah uang yang telah disepakati, sebagaimana tercantum dalam pasal 1457 KUHPerdota. Menurut R. Wirjono Prodjodikoro, pengertian “beli” dan “penjualan” mempunyai arti bahwa kegiatan itu dilakukan oleh suatu pihak yang disebut sebagai penjual dan oleh pihak yang lain disebut sebagai pembeli. Frasa yang mengacu pada dua aktivitas timbal balik ini setara dengan frasa Belanda *koop en ver koop*, yang mana tindakan yang satu disebut "*verkoop*", atau menjual, sedangkan tindakan lainnya adalah "*koop*", atau membeli.<sup>17</sup>

Secara etimologi berarti jual beli dalam bahasa fiqih disebut Al-Ba'i, Al-Tijarah, dan Al-Mubadalah yang artinya adalah saling menukar (pertukaran).<sup>18</sup>

Dari segi terminologi, para ulama fiqih telah mengajukan sejumlah definisi jual beli, namun semuanya mempunyai tujuan yang sama, yaitu menukar barang dengan cara tertentu atau menukar sesuatu dengan barang yang setara. itu masuk akal. Pembelian dan penjualan mengacu pada pengalihan properti secara sukarela atau pertukaran

---

<sup>16</sup> Mariam Darus Badruzaman, 2005, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, hlm. 27.

<sup>17</sup> R. Wirjono Prodjodikoro, 1993, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Sumur, Bandung, hlm. 22.

<sup>18</sup> Hendi Suhendi, 2005, *Fiqh Muammalah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 67.

produk untuk transaksi yang sah (seperti menggunakan alat tukar yang sah).<sup>19</sup>

## 2. Dasar Hukum dan Syarat Sahnya Jual Beli

Perjanjian diartikan sebagai suatu perbuatan yang dengannya satu orang atau lebih mengikatkan diri pada orang lain berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdota. Artikel ini memberikan penjelasan lugas tentang apa yang dimaksud dengan perjanjian, menjelaskan bagaimana dua pihak terikat satu sama lain. Sekalipun pemahaman ini kurang akurat, namun jelas terlihat bahwa masing-masing pihak dalam perjanjian mengikat satu sama lain.<sup>20</sup>

Suatu perjanjian jual beli dianggap sah menurut KUHPerdota pasal 1320 apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

a. Ketentuan Subjektif : Persyaratan berikut harus dipenuhi agar kontrak dapat dibatalkan:

1) Kapasitas untuk mengadakan kontrak (dewasa dan bebas dari penyakit jiwa);

2) Persetujuan mereka yang mengikat mereka.

b. Berikut ini adalah ketentuan obyektifnya ; jika dilanggar, maka perjanjian itu batal :

1) Suatu hal (objek yang berbeda);

2) Sesuatu yang halal (kekuasaan).

<sup>19</sup> Gemala Dewi, 2005, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Kencana, Jakarta, hlm. 101.

<sup>20</sup> Ahmad Miru dan Sakka Pati, 2011, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, hlm. 63.

### 3. Jenis-Jenis Perjanjian Jual Beli

Ada beberapa macam perjanjian jual beli yang dikenal, seperti

.<sup>21</sup>

#### a. Jual Beli Secara Tunai (Pasal 1457 KUHPerdara)

Harga produk disepakati dalam perjanjian jual beli ini dan akan dibayar seluruhnya, segera, dan tunai. KUHPerdara tidak menerima jual beli secara angsuran; itu hanya mengakui pembelian dan penjualan secara tunai.

#### b. Jual Beli dengan Percobaan (Pasal 1463 KUHPerdara)

Jual beli percobaan menyiratkan bahwa pembeli baru akan menawarkan jaminan. Oleh karena itu, terjadi atau tidaknya jual beli terjadi setelah pelanggan menguji produk yang ingin dibelinya. Setelah melakukan percobaan, pembeli menyatakan persetujuan mengenai diterima atau tidaknya barang yang ingin dibelinya, seolah-olah mencoba barang yang ingin dibelinya itu ada syaratnya (*opschotende voorazande*). Misalnya, ketika seorang pelanggan mencoba suatu barang yang ingin mereka beli, percobaan mereka terhadap barang tersebut menyebabkan keterlambatan dalam jual beli.

#### c. Jual Beli dengan Pemberian Panjar atau Uang Muka (Pasal 1464 KUHPerdara)

---

<sup>21</sup> Djaja S., Meliala, 2012, *Penuntun Praktis Hukum Perjanjian Khusus*, Nuansa Aulia, Bandung, hlm. 1-9.

Tujuan jual beli sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1464 KUHPerdara adalah untuk mencegah salah satu pihak membatalkan perjanjian jual beli dengan cara mengembalikan kepada penjual titipan yang diterimanya dari pembeli atau dengan menerima hilangnya titipan yang mereka berikan kepada pembeli, penjual. Hal ini menandakan telah terjadi kesepakatan antara pembeli dan penjual mengenai uang muka.

d. Jual Beli dengan Contoh (Pasal 69 KUHPerdara)

Biasanya jual beli dengan contoh terjadi pada barang barang generik. Pembeli diberikan, atau diperlihatkan, sejumlah barang oleh penjual yang sesuai dengan kualitas yang disepakati. Mungkin terdapat "cacat" pada barang yang dikirimkan vendor jika mereka hanya mengirimkan barang yang tidak memenuhi standar kualitas sampel resmi. Kinerja tidak dilakukan dengan benar oleh vendor.

Penjual dapat memasuki keadaan gagal bayar sebagai akibat dari tindakan ini. Kedua belah pihak harus “menguji” kebenarannya dengan menggunakan “contoh semula” untuk memastikan tidak adanya kesalahan pada barang yang dipasok jika terjadi perselisihan antara penjual dan pelanggan.

e. Jual Beli Piutang dan Hak-Hak Tidak Berwujud Lain (Pasal 1533 KUHPerdara)

Undang-Undang telah mengatur sejumlah hak, oleh karena itu yang dikuasai pada bagian ini hanyalah jual beli

hak (*rechten*). Benda tak berwujud dan material keduanya terkait dengan jenis hak yang berbeda. Memang benar bahwa setiap apa yang disebut “hak” sebenarnya adalah sesuatu yang tidak berwujud, dan bahwa hak-hak material termasuk dalam kewajiban-kewajiban hak. Tapi itu bukan topik pembicaraan kali ini. Hak material bukanlah tujuan dari permasalahan ini. Yaitu hak dalam arti terbatas yang meliputi hak waris. Oleh karena itu, hak jual beli melibatkan pertukaran barang material dengan hak yang lebih mirip dengan hak individu dan piutang.

Pasal 1533 KUHPerdata menyatakan “Bahwa penjualan suatu piutang meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan piutang itu, seperti hipotek dan jaminan keistimewaan.” Pasal 1482 KUHPerdata mengatur bahwa “segala sesuatu yang termasuk dalam barang itu” termasuk dalam pembagian suatu barang. Syarat-syarat Pasal 1533 sama persis dengan syarat-syarat Pasal 1482.

Demikian pula, pembeli menerima lebih dari sekedar piutang ketika membeli dan menjual piutang. Namun demikian, di dalamnya memuat semua hak, seperti *borgtocht*, hak utama (*voor recht*), dan hak hipotik, terkait dengan piutang yang segera berpindah ke pembeli.

- f. Jual Beli dengan Hak Membeli Kembali (Pasal 1520 KUHPerdata)

Menurut peraturan perundang-undangan, penjual dan pembeli dapat mencantumkan klausul dalam perjanjian jual beli yang menyatakan bahwa penjual berhak memperoleh barang yang dijualnya. Dengan penjual “mengembalikan” harga asli penjual kepada pembeli, sepanjang jangka waktu pembelian kembali tidak melampaui “jangka waktu lima tahun”.

Undang-Undang tidak mengatur secara spesifik bagaimana hak membeli kembali dilaksanakan atau digunakan; sebaliknya, disebutkan bahwa apabila hak penjual untuk membeli kembali barang yang dijual ditetapkan dalam perjanjian jual beli, maka penjual hanya perlu memberitahukan kepada pembeli mengenai niatnya untuk melaksanakan hak tersebut dalam jangka waktu lima tahun.

Menurut KUHPerdota Pasal 1520, “hak untuk membeli kembali tidak boleh diperjanjikan untuk jangka waktu lebih dari lima tahun, jika hak itu diperjanjikan untuk jangka waktu yang lebih lama maka jangka waktunya diperpendek menjadi lima tahun.” Secara hukum, tampaknya tidak banyak perbedaan antara perjanjian bersyarat yang mengatur perjanjian (*on bin dende voor warde*) dan perjanjian jual beli yang memuat hak untuk membeli kembali. Dan apabila syarat-syarat hak untuk membeli kembali telah dipenuhi oleh penjual, maka



dengan sendirinya perjanjian mempunyai kuasa untuk membeli kembali sebelum terjadinya perjanjian jual beli.

Kecenderungan memanfaatkan lembaga jual beli dengan hak membeli kembali sebagai suatu hubungan hukum yang mengatur perjanjian “meminjam uang” dengan memberikan jaminan kepada kreditur berupa perjanjian jual beli dengan cara membeli kembali untuk menjamin kepentingan kreditur dan pada sekaligus menghindari pembatasan properti tempat tidur ditunjukkan dengan berbagai variasi yang terjadi dalam praktik sehari-hari.

g. Jual Beli Cincin atau Angsuran

KUHPerdata Indonesia sama sekali tidak mempunyai peraturan mengenai jual beli termasuk pembayaran angsuran atau cicilan. Namun, ternyata perjanjian jual beli barang secara angsuran sering kita jumpai dalam transaksi sehari-hari. Suatu “penjualan kredit” yang mana pembeli diharuskan membayar harga barang “sesuai syarat” akan mengakibatkan kepemilikan pembeli atas barang yang dijual diperoleh kembali apabila pembeli gagal melakukan pembayaran angsuran tepat pada waktunya (*niet tijdig*), sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Ketentuan yang disebut dengan “klausul menggugurkan” atau “*verval clausula*” memberikan hak kepada penjual untuk membatalkan penjualan barang apa pun dalam hal pembayaran angsuran tidak dilakukan tepat waktu.

Sewa beli merupakan salah satu jenis jual beli secara angsuran. Pembelian sewa adalah jual beli di mana vendor memberikan pembeli kepemilikan "sebenarnya" atas barang yang dijual. Namun hak kepemilikan tidak dialihkan bersamaan dengan pengalihan yang sebenarnya; mereka dipindahkan setelahnya. Kalau masa pembayaran sebelumnya dibayar lagi, harus diserahkan.

#### h. Jual Beli Warisan

Demikian pula hak atas warisan atau suksesi tidak dapat diperjualbelikan karena tidak dapat diwariskan kepada orang lain. Hak-hak ahli waris, atau bagiannya atas harta "warisan", menjadi fokus warisan. Mengenai agunan, apabila yang menjadi jaminan penjual dalam jual beli piutang dan hak-hak tak berwujud lainnya hanyalah "kebenaran adanya utang tersebut", atau hak-hak penjual pada saat penyerahan kepada pembeli, tanpa menjamin kesanggupan debitur untuk melakukan pembayaran, maka tanggung jawab penjual dalam penjualan warisan hanyalah menjamin.

Penjual cukup membuktikan bahwa ia adalah ahli waris yang sah atas harta warisan yang dijualnya untuk membuktikan keasliannya sebagai ahli waris. Penjual tidak perlu diwajibkan menjamin sejumlah harta warisan tertentu yang akan diperolehnya. Dalam pengertian ini, penjual warisan hanya

memberikan janji-janji terbaik mengenai harta yang akan diterimanya.

Kemudian, jika penjual dalam surat jual beli telah menyebutkan secara rinci barang warisan yang akan diperolehnya. Dalam skenario seperti itu, seluruh jumlah barang yang disebutkan dalam surat penjualan adalah milik penjual.

#### **4. Tujuan Perjanjian Jual Beli**

Perjanjian jual beli berfungsi mengatur hubungan pembeli-penjual dalam proses penjualan produk atau jasa. Perjanjian jual beli berfungsi sebagai kontrak yang mengikat secara hukum yang menguraikan tugas dan hak masing-masing pihak. Berikut ini adalah tujuan utama dari perjanjian jual beli :

##### **a. Menetapkan Kesepakatan**

Perjanjian jual beli digunakan untuk menetapkan semua aspek transaksi, termasuk harga, jumlah, kualitas, kondisi, dan persyaratan lainnya yang relevan. Ini membantu menghindari kebingungan atau perselisihan di masa depan.

##### **b. Melindungi Hak dan Kewajiban**

Kewajiban dan hak masing-masing pihak dilindungi oleh perjanjian ini. Hal ini mencakup hak penjual untuk mendapatkan pembayaran sesuai dengan ketentuan perjanjian dan hak pembeli untuk meminta pengembalian dana apabila produk atau jasa tidak memenuhi spesifikasi yang telah disepakati.

c. Menjamin Keabsahan Transaksi

Perjanjian jual beli juga mengonfirmasi bahwa transaksi tersebut sah secara hukum. Ini menghindari praktik ilegal seperti penipuan atau transaksi ilegal lainnya.

d. Mengatur Risiko

Perjanjian ini dapat mencakup klausul-klausul yang mengatur risiko, seperti klausul mengenai garansi, tanggung jawab atas kerusakan, atau inspeksi barang sebelum pembelian. Ini membantu mencegah sengketa di kemudian hari.

e. Mengatur Pembayaran

Perjanjian jual beli juga mencakup pembayaran, termasuk jangka waktu pembayaran, metode pembayaran, dan ketentuan lainnya terkait dengan pembayaran barang atau jasa.

f. Menjaga Rekam Jejak

Perjanjian ini menciptakan rekam jejak transaksi yang dapat digunakan sebagai bukti jika terjadi sengketa di masa depan.

g. Kepatuhan Hukum

Perjanjian jual beli digunakan untuk memastikan bahwa transaksi tersebut mematuhi semua peraturan dan ketentuan yang berlaku di wilayah atau yurisdiksi terkait.

## B. Tinjauan Tentang *E-Commerce*

### 1. Pengertian Tentang *E-Commerce*

Istilah "*e-commerce*", yang mengacu pada perdagangan elektronik, berasal dari bahasa Inggris. Karena perdagangan terjadi secara *face to face* atau secara langsung. Proses pemasaran produk, pembelian, dan promosi juga termasuk dalam *e-commerce*. Mekanisme perdagangan yang dilakukan, baik online maupun melalui media elektronik, berbeda-beda. Setiap langkah proses perdagangan, termasuk pemesanan produk, pertukaran data, dan transfer dana, dilakukan secara online di *e-commerce*.

Transaksi elektronik yang dimaksud dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah kegiatan hukum yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>22</sup>

*E-commerce*, sering juga dikenal sebagai perdagangan elektronik *commerce*, didefinisikan sebagai transaksi komersial yang terjadi melalui jaringan elektronik, seperti internet, oleh Shely Cashman (2007 : 83). *E-commerce* terbuka untuk semua orang yang memiliki komputer, koneksi internet, dan sarana melakukan pembayaran atas barang atau jasa yang mereka beli.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Aryani Witasari, Siti Rodhiyah Dwi Istinah, et al., 2021, *Mediasi Untuk Bisnis E-Commerce*, Cet. I, Unissula Press, Semarang, hlm. 45.

<sup>23</sup> Linda Durotul Ummah, 2018, Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management, *Jurnal Nuansa Informatika*, Vol. 12, No. 2, hlm. 14.

Menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *e-commerce* adalah kategori luas prosedur, metode, dan teknologi yang memungkinkan transaksi komersial diselesaikan secara elektronik tanpa memerlukan dokumen kertas. Ada beberapa metode untuk melakukan hal ini, termasuk email dan *world wide web*.<sup>24</sup>

Terdapat kesamaan di antara beberapa definisi yang dikemukakan dan digunakan oleh berbagai organisasi. Persamaan ini menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik berikut :

- a. Internet berfungsi sebagai saluran utama bagi proses atau mekanisme perdagangan.
- b. Suatu transaksi terjadi antara dua pihak;
- c. Adanya kegiatan pertukaran barang, jasa, atau informasi.

Karakteristik ini menunjukkan dengan jelas bahwa *e-commerce* pada dasarnya merupakan hasil kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi. Hal ini telah mengubah cara masyarakat berhubungan dengan lingkungan sekitar, yang dalam hal ini berkaitan dengan prosedur perdagangan.<sup>25</sup>

## 2. Sejarah Singkat *E-Commerce*

Dengan munculnya *e-commerce* di Indonesia, sektor bisnis semakin berkembang. Setelah pertemuan mereka, pembeli dan penjual mendiskusikan harga, dan kesepakatan pun dibuat. Pendekatan ini

---

<sup>24</sup> Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 12.

<sup>25</sup> Bagus Hanindyo Mantri, SH., 2007, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce", Tesis Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, hlm. 25.

mulai menyimpang sekarang. Dunia digital menggantikan semua itu. Prosedurnya cepat, sederhana, dan bermanfaat.

Dalam dunia bisnis, internet mempunyai efek revolusioner yang memunculkan paradigma baru yang disebut “*digital marketing*”. Dengan penemuan seperti *Electronic Fund Transfer* (EFT), perdagangan elektronik pertama kali dipraktikkan pada awal tahun 1970an. Perusahaan besar, lembaga keuangan pemerintah, dan beberapa bisnis kelas menengah dan bawah yang ceroboh adalah satu-satunya organisasi yang menggunakan teknologi ini pada saat itu. Akhirnya berkembang menjadi sesuatu yang dikenal sebagai EDI (*Electronic Data Interchange*). Mulai dari transaksi keuangan hingga pemrosesan transaksi lain yang melibatkan organisasi lain, mulai dari lembaga keuangan hingga manufaktur, ritel, jasa dan lain-lain. Selanjutnya, lebih banyak aplikasi bermunculan, mencakup sistem perdagangan saham dan reservasi perjalanan. Sistem ini disebut sebagai aplikasi telekomunikasi pada saat itu.<sup>26</sup>

Karena internet telah merambah ke setiap aspek kehidupan di negara-negara maju, belanja online sudah menjadi hal yang lumrah. Pendanaan utama bagi pertumbuhan operasi *e-commerce* adalah aksesibilitas dan biaya rendah-gratis di negara-negara tertentu. Di sisi lain, meski mayoritas masyarakat Indonesia berdomisili di wilayah

---

<sup>26</sup> Yoga Winando “E-Commerce, Pengertian, Manfaat, dan Keuntungannya” <https://www.gurupendidikan.co.id/ecommerce/#ftoc-heading-2> /diakses tanggal 22 September 2023 pkl. 23.57 WIB.

metropolitan, biaya akses koneksi internet di negara ini masih tergolong tinggi.

Karena kurangnya kesadaran mengenai *e-commerce* dan fakta bahwa banyak pengguna internet masih memiliki masalah keamanan, metode *e-commerce* ini kurang umum digunakan di Indonesia. Indonesia telah bekerja sama dengan organisasi seperti PT Telkom dan Bank Internasional Indonesia yang bergantung pada *e-commerce* untuk melayani pelanggan. Selain itu, terdapat tambahan tujuh situs yang menjadi anggota Commerce Net Indonesia, seperti Plasa.com, Interactive Mall, dan Trikonsel.<sup>27</sup>

### 3. Dasar Hukum *E-Commerce*

Seperangkat peraturan dan Undang-Undang yang mengatur perdagangan elektronik atau operasinya disebut sebagai dasar hukum *e-commerce*. Meskipun Undang-Undang nasional yang mengatur *e-commerce* mungkin berbeda, banyak negara biasanya mengikuti beberapa pedoman yurisdiksi. Di bawah ini adalah beberapa dasar hukum *e-commerce* yang umumnya berlaku :

#### a. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Hukum *e-commerce* seringkali mencakup perlindungan konsumen, termasuk aturan yang mengatur informasi produk, kebijakan pengembalian, dan perlindungan data pribadi pelanggan.

---

<sup>27</sup> ECM Journals, “Perkembangan yang Terjadi dalam E-Commerce”, <https://www.kompasiana.com/ecmjournals/55009dc9a33311376f5119fd/perkembangan-yang-terjadi-dalam-e-commerce> /diakses tanggal 23 September 2023 pkl. 00.18.



b. Hukum Perjanjian

Perjanjian antara penjual dan pembeli dalam *e-commerce* umumnya diatur oleh hukum kontrak yang berlaku. Ini mencakup elemen seperti pembayaran, pengiriman, dan persyaratan umum lainnya.

c. Perlindungan Data

Banyak yurisdiksi memiliki undang-undang perlindungan data yang mengatur pengumpulan, penggunaan, dan penyimpanan data pelanggan dalam konteks *e-commerce*.

d. Hukum Properti Intelektual

Hukum hak cipta, merek dagang, dan paten juga berlaku dalam *e-commerce*. Ini mengatur hak-hak pemilik intelektual terhadap produk, konten, dan merek yang terkait dengan *e-commerce*.

e. Undang-Undang Perpajakan

*E-Commerce* juga tunduk pada aturan perpajakan yang berlaku. Ini termasuk peraturan tentang pajak penjualan dan pajak penghasilan yang dapat berbeda-beda di berbagai negara.

f. Hukum Perlindungan Konsumen

Untuk melindungi konsumen, banyak negara memiliki undang-undang yang mengatur praktik perdagangan yang tidak adil, termasuk peraturan tentang iklan yang menyesatkan dan praktik penipuan.

g. Hukum Keamanan *Cyber*

Keamanan data dan perlindungan terhadap serangan siber adalah isu kunci dalam *e-commerce*. Banyak negara memiliki Undang-Undang yang mengatur keamanan siber dan melindungi data pelanggan.

#### h. Hukum Internasional

*E-Commerce* sering melibatkan transaksi lintas batas, sehingga hukum internasional dapat berlaku. Beberapa kesepakatan dan konvensi internasional mengatur perdagangan elektronik.

#### 4. Jenis-Jenis *E-Commerce*

*E-commerce* dipisahkan menjadi dua kategori dalam ranah bisnis internet, yaitu:<sup>28</sup>

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

B2B mengacu pada metode pembelian dan penjualan barang atau jasa berbasis elektronik antara dua bisnis atau lebih. Di sini, pembeli dan penjual adalah korporasi, bukan perorangan. Transaksi jual beli biasanya dilakukan untuk membangun kerjasama antar perusahaan dan dilakukan sejak mereka saling mengenal.

Berikut ciri-ciri *e-commerce* business-to-business (B2B) :

- 1) Trading partners yang sudah dikenal dan biasanya memiliki hubungan atau *relationship* yang lama. Sebaiknya hanya

---

<sup>28</sup> Yoga Winando, "E-Commerce, Pengertian, Manfaat, dan Keuntungannya", <https://www.gurupendidikan.co.id/ecommerce/#ftoc-heading-2> /diakses tanggal 26 September 2023 pkl. 23.42.

mendiskusikan informasi ini dengan partner tersebut. Jenis informasi yang diberikan dapat diatur berdasarkan kebutuhan dan kepercayaan atau *trust* karena sudah mengenal lawan bicara.

- 2) *Data exchange* atau pertukaran data secara sering dan teratur, misalnya sehari sekali, dalam format yang disepakati oleh semua pihak. Dengan kata lain, layanan tertentu yang sedang digunakan. Untuk dua entitas yang menggunakan standar yang sama, hal ini memfasilitasi berbagi data.
- 3) Tidak harus menunggu partnernya, salah satu pelaku dapat memulai transmisi data.
- 4) *Peer-to-peer* adalah model umum yang digunakan di mana kedua pelaku bisnis dapat berbagi *processing of intelligence*.

Keuntungan B2B *e-commerce* adalah sebagai berikut :

- 1) Pencapaian kesempatan berkompetisi secara nyata : Produktivitas yang luar biasa dan menjanjikan.

Penghematan waktu saat menjalankan transaksi.

Biaya lebih rendah (Proses lebih cepat, lebih terbuka, dan harga lebih terjangkau)

- 2) Pengurangan biaya atau pengeluaran : *Cisco System* (\$ 3.5 billion dalam pengurangan biaya pada tahun 1998) *DELL Computer Corporatoion* (*Over \$1.7 million/day*)

b. *Business to Consumer* (B2C)

*E-commerce* yang dilakukan antara bisnis dan konsumen dikenal sebagai *E-Commerce Business to Consumer* (B2C). Produsen menggunakan pemasaran internet, misalnya, untuk membeli dan menjual barang ke pelanggan. Dengan tidak adanya umpan balik dari pelanggan yang dapat menarik mereka untuk berbisnis lagi, produsen akan terus mempromosikan produknya kepada konsumen. Artinya, produsen hanya mengiklankan produknya sebagai barang atau jasa, dan pelanggan hanya berperan sebagai pembeli atau pengguna.

*E-Commerce Business to Consumer* (B2C) mengacu pada pertukaran barang secara elektronik antara perusahaan penjual dan konsumen akhir.

Karakteristik *e-commerce* jenis B2C adalah sebagai berikut :

- 1) Dapat diakses publik, berfungsi sebagai pusat penyebaran informasi
- 2) Masyarakat dapat menggunakan mekanisme dan layanan umum (*generic*) yang ditawarkan. Misalnya, layanan ditawarkan menggunakan basis Web karena meluasnya penggunaan sistem Web.
- 3) Layanan diberikan sebagai respons terhadap permintaan, atau berdasarkan permintaan. Pelanggan memulai

permintaan, dan pemasok barang atau jasa harus siap untuk memenuhinya.

- 4) Pendekatan *clien/server* sering digunakan ketika diasumsikan bahwa prosedur bisnis diproses di sisi server dan clien (*consumen*), menggunakan sistem berbasis Web dan *processing (business procedure)* diletakkan disisi server.

Keuntungan *B2C e-commerce* adalah sebagai berikut :

- 1) Akses ke pasar global secara langsung
- 2) Penghematan waktu dan tempat
- 3) Pengurangan biaya yang sangat berarti
- 4) Ketersediaan penuh : 24 jam sehari dan 7 hari perminggu
- 5) Berbelanja secara *on-line* tidak sesulit dari apa yang biasa didapat di pasar tradisional
- 6) Mudah dalam penggunaannya, tidak memerlukan kepandaian khusus
- 7) Banyak pilihan yang didapat dengan mudah ditambah dengan kerahasiaan yang dijamin
- 8) *Prooduct-on-demand* (apa yang anda perlukan akan anda dapatkan)

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

C2C mengacu pada model e-commerce di mana pelakunya adalah konsumen/pelanggan. Di sini konsumen akan menjual kembali produk atau jasa kepada konsumen lain dari

penyedia tertentu. Di sini, ada yang berpendapat bahwa penjual berfungsi sebagai semacam perantara.

Bisnis yang dijalankan oleh konsumen untuk konsumen adalah jenis *e-commerce consumer to consumer*. Misalnya, pembeli akan menjual kembali barang yang dibelinya dari produsen ke pembeli lain.

d. *E-Commerce Consumer to Business (C2B)*

Transaksi bisnis yang terjadi antara produsen dan konsumen dikenal sebagai *E-commerce Consumer To Business*, atau C2B. Konsumen dan produsen yang memasok barang melakukan transaksi bisnis dengan cara ini (barang atau jasa). Misalnya, melalui pemasaran internet, pembeli akan memberi tahu produsen tentang spesifikasi barang atau jasa yang mereka minati. Selain itu, produsen yang mengetahui keinginan ini selanjutnya akan menyajikan barang yang menurut pelanggan menarik.

Sedangkan menurut *Tutorial Point*<sup>29</sup>, selain empat jenis di atas masih ada tiga tambahan jenis *E-Commerce*, yaitu :

a. *Businnes to Government (B2G)*

Tujuan B2G adalah menjadi versi modifikasi dari *e-commerce B2B*. Perbedaan keduanya terletak pada konteks B2G, dimana pemerintah bekerja sama dengan pihak bisnis

---

<sup>29</sup> I Putu Agus Eka Pratama, 2015, *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*, Informatia, Bandung, hlm. 10.

atau swasta untuk menyediakan regulasi, media, dan akreditasi terhadap *website e-commerce* yang digunakan oleh pihak atau kelompok bisnis untuk kegiatan terkait B2G.

b. *Government to Business (G2B)*

Merupakan semacam *e-commerce* yang melibatkan pemerintah dan pihak bisnis (perusahaan). Transaksi penjualan dalam skala kecil, menengah, atau besar yang melibatkan produk, jasa, atau keduanya akan menjadi bagian dari jenis kontak ini. Berfungsi sebagai perantara bagi dunia usaha dan pemerintah, hal ini dilakukan melalui situs *website* yang dilakukan secara *online* dan *seluler*. Lelang yang diadakan pemerintah untuk berbagai aset merupakan contoh layanan G2B. Sebuah tender proyek yang melibatkan perusahaan swasta merupakan ilustrasi tambahan. Perusahaan yang memenangkan tawaran tersebut akan bermitra dengan Pemerintah untuk merealisasikan proyek tersebut sesuai biaya dan tujuan yang disepakati bersama.

c. *Government to Citizen (G2C)*

Pemerintah pusat dan daerah berinteraksi dengan masyarakat umum melalui *e-commerce G2C*. Pemerintah bertindak sebagai penjual dan masyarakat sebagai pembeli. Wujud nyata dari G2C biasanya terdapat pada *e-commerce* lelang yang berbasis *web* dan *mobile*.

C2B dan C2C merupakan dua tambahan baru pada jenis *E-Commerce*, yang berkembang sebagai akibat dari kemajuan teknologi yang semakin pesat, yang turut mempengaruhi *E-Commerce*. Sementara itu, intervensi langsung pemerintah dalam proses *E-Commerce* bagi dunia usaha dan masyarakat memunculkan B2G, G2B, dan G2C. Selain berperan di dalamnya, pemerintah juga berperan sebagai regulator (memberikan pedoman atau standar yang harus diterima oleh semua pihak) sekaligus menjadi pelaku utama didalamnya.

Seperti disebutkan sebelumnya, Indonesia mengalami pertumbuhan yang kuat pada perusahaan *e-commerce* B2C dan C2C di berbagai kategori *e-commerce*.

Akibatnya, semua pembelian dan penjualan online terjadi tanpa adanya interaksi langsung antara para pihak. Sebaliknya, mereka hanya mengandalkan rasa saling percaya. Oleh karena itu, segala perjanjian yang dibuat antara para pihak mengenai jual beli dilakukan secara elektronik, baik melalui email atau cara lain, dan tidak diperlukan berkas perjanjian seperti pada jual beli konvensional.<sup>30</sup>

##### **5. Tinjauan Tentang Diskon dan Gratis Ongkir Pada *E-Commerce***

Diskon dan gratis ongkir adalah dua strategi pemasaran yang paling sering digunakan dalam industri *e-commerce* untuk mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Dalam era di mana

---

<sup>30</sup> Lathifah Hanim, 2014, Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi, *Jurnal Pembaharuan Hukum Unissula*, Vol. 1, No. 2, hlm. 193.



persaingan sangat ketat, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana diskon dan gratis ongkir mempengaruhi perilaku konsumen dan dampaknya pada bisnis *e-commerce* adalah kunci untuk kesuksesan jangka panjang. Berikut adalah tinjauan singkat tentang kedua konsep ini :

### 1. Diskon dalam *E-Commerce*

Dalam upaya mendongkrak penjualan suatu barang atau jasa, pedagang dapat menawarkan diskon atau pengurangan harga kepada pelanggan di bawah harga standar barang tersebut sebagai semacam kompensasi, insentif, atau persyaratan.<sup>31</sup> Diskon dapat berupa potongan harga presentase, potongan harga tetap, atau penawaran lainnya yang mengurangi biaya produk. Beberapa aspek penting diskon dalam *e-commerce* adalah :

#### 1) Daya Tarik Pembelian

Salah satu elemen kunci yang menarik pelanggan untuk melakukan pembelian secara online adalah diskon.

#### 2) Penjualan Musiman

Diskon sering digunakan selama periode promosi musiman seperti *Black Friday*, *Cyber Monday*, Natal, dll., untuk meningkatkan penjualan.

---

<sup>31</sup> Muchlisin Riadi, "Diskon (Pengertian, Tujuan, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi", <https://www.kajianpustaka.com/2021/02/diskon.html> /diakses tanggal 02 Oktoberr 2023 pkl. 00.29.

### 3) Loyalitas Pelanggan

Program diskon untuk pelanggan yang sering berbelanja dapat membangun loyalitas dan mendorong pembelian berulang.

## 2. Gratis Ongkir dalam *E-Commerce*

Gratis ongkir adalah tawaran pengiriman produk kepada konsumen tanpa biaya tambahan. Ini adalah faktor penting dalam menarik konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Beberapa aspek gratis ongkir dalam *e-commerce* adalah :

### 1) Daya Tarik Belanja

Gratis ongkir adalah salah satu daya tarik utama dalam *e-commerce* yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih toko online tertentu.

### 2) Mengurangi Hambatan

Gratis ongkir menghilangkan hambatan belanja online yang mungkin disebabkan oleh biaya pengiriman tambahan.

### 3) Peningkatan Nilai Keranjang Belanja

Konsumen mungkin lebih cenderung menambahkan lebih banyak produk ke keranjang belanja mereka jika mereka tahu bahwa pengiriman gratis.

## 3. Dampak pada Bisnis *E-Commerce*

Kedua strategi ini memiliki dampak yang signifikan pada bisnis *e-commerce* di Indonesia, yaitu :

1) Meningkatkan Penjualan

Kombinasi diskon dan gratis ongkir dapat secara signifikan meningkatkan penjualan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

2) Peningkatan Loyalitas Pelanggan

Program diskon dan gratis ongkir yang cerdas dapat membantu bisnis *e-commerce* di Indonesia membangun basis pelanggan yang lebih setia.

3) Penyesuaian Margin

Perusahaan *e-commerce* perlu memperhatikan margin keuntungan mereka karena penggunaan berlebihan dari kedua strategi ini dapat mengurangi profitabilitas.

### C. Tinjauan Diskon Menurut Hukum Islam

Diskon mengacu pada strategi pemasaran di mana pembeli menerima penurunan harga dari harga aslinya.<sup>32</sup> *Al-Naqis Min Al-Tsaman* (Penurunan Harga) adalah ungkapan yang digunakan Syahbul Bachri untuk menyebut pengurangan atau diskon harga dalam Fiqih Muamalah.<sup>33</sup> Selain itu, diskon disebut dengan nama *Khasm*. Mekanisme diskon untuk membeli dan menjual adalah bagian dari akad *Muwadla'ah*. Membandingkan harga penjualan dan pembelian adalah salah satu dasar

<sup>32</sup> Arif Isnaini, 2005, *Model dan Strategi Pemasaran*, Ntp Press, Makassar, hlm. 89.

<sup>33</sup> Syahbul Bachri, 2010, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, Artikel Antologi Kajian Islam*, Vol. 15, No. 1, hlm. 15.

pembelian dan penjualan, dan itu termasuk menggunakan akad *Muwadla'ah*. Membeli dan menjual di *Bay 'al-Muwadla'ah* terjadi ketika vendor menawarkan produk mereka dengan biaya yang lebih rendah atau penurunan harga (Arifin, 2006).

Karena kegiatan pembelian dan penjualan memerlukan penerapan prinsip kejujuran, Islam melarang pembelian dan penjualan yang melibatkan unsur-unsur penipuan (*Tadlis*), menyembunyikan kekurangan barang, atau memanipulasi harga (*najasy*), sebagaimana dinyatakan oleh Nabi :

مَنْ بَاعَ عَيْبًا لَمْ يُبَيِّنْهُ لَمْ يَزَلْ فِي مَقْتٍ مِنَ اللَّهِ ، وَلَمْ تَزَلِ الْمَلَائِكَةُ تَلْعَنُهُ

“Barangsiapa menjual barang yang cacat, lalu ia tidak menjelaskannya, maka senantiasa ia ada dalam kemurkaan Allah dan malaikat senantiasa melaknatinya”.

Di dalam riwayat yang lain, dari Abu Hurairah R.A bahwa Rasulullah SAW bersabda :

من غش فليس من ا

“Barang siapa yang berbuat penipuan, maka dia bukan termasuk golongan kami” (Djazuli, 2019).

Ini menyiratkan bahwa adalah ilegal bagi seseorang untuk melakukan penipuan, seperti menjual produk yang rusak, dan tidak masalah bagi seseorang untuk menawarkan produk berkualitas tinggi

selama mereka memenuhi persyaratan dan rukun jual beli maka hal ini diperbolehkan.<sup>34</sup>

Sistem pembelian dan penjualan dengan sistem diskon ini, pada dasarnya, legal atau mubah karena manfaatnya dan baik untuk konsumen; Namun, ada peluang untuk kemafsadatan jika pembeli tidak menerapkan aturan FIQH dan nilai-nilai yang baik dari harga dan kualitas barang yang harus diperoleh.<sup>35</sup>

الافى المعاملة الاباحة الا ان يدل دليل على تحريمها

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan” (Djazuli, 2019).



<sup>34</sup> Agus, Hamam, 2022, Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi Kasus Pada Toko Basmalah Cabang Klakah, Kabupaten Lumajang), *Jurnal Kaffa*, Vol. 1, No. 4, hlm. 15.

<sup>35</sup> Ibid., hlm. 16.

### BAB III

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### A. Kewajiban dan Tanggung Jawab Shopee Sebagai *Platform E-Commerce* Terkait Pemberian Diskon dan Gratis Ongkir Kepada Pengguna Aplikasinya

Jika anda masih kecil tentunya anda pernah dimanjakan oleh orangtua atau saudara-saudara anda yang sudah dewasa. Bagaimana rasanya dimanja? Tentu akan senang ketika semua orang berusaha untuk menyenangkan anda dengan berbagai cara, mulai dari dibelikan mainan, digendong, dibelikan makanan-makanan lezat dan hal-hal lainnya yang membuat anda merasa senang. Lalu bagaimana anda menganggap orang-orang yang dapat memanjakan anda, tentunya anda akan merasa nyaman, senang, bahagia, bahkan mungkin saja akan membuat anda ketergantungan. Nah bagaimana kalau kita terapkan pada dunia marketing dengan cara memanjakan *customer*?<sup>36</sup> Contoh memanjakan customer dalam shopee yaitu memberikan diskon dan gratis ongkir terhadap *customer*.

Shopee yang berbasis di Singapura adalah *platform* belanja online yang didirikan pada pertengahan Februari 2015. Forrest Li, seorang pria kelahiran Cina yang terinspirasi oleh Steve Jobs, mendirikan Shopee.

Forrest Li, yang mendirikan Shopee dengan Chris Feng, mampu membangun reputasinya sebagai salah satu tokoh teknologi terkemuka

---

<sup>36</sup> Ridho Aldily, 2017, *101 Amazing Marketing Ideas*, Quadrant, Yogyakarta, Hlm. 91.

Asia Tenggara. Profil perusahaan Shopee tidak pernah memisahkan dua tokoh ini.

Seorang *entrepreneur* bernama Forrest Li menikmati bermain video game online. Li berbagi hasratnya untuk bermain game dengan mendirikan GG Games, sebuah perusahaan game online yang sayangnya tidak bertahan lama. Di sisi lain, Chris Feng dulu bekerja untuk Lazada dan Zalora. Latar belakangnya dalam *e-commerce* melayaninya dengan baik ketika dia dan Forrest Li mengembangkan Shopee.

Forrest Li mendirikan Shopee di Singapura pada tahun 2015. Shopee dengan cepat diperluas ke Indonesia, Malaysia, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Filipina pada tahun yang sama. Shopee telah beroperasi di 7 negara yang berbeda sepanjang tahun pertama operasinya.

Shopee Mall memulai debutnya untuk pertama kalinya di Taiwan pada bulan Juni. Shopee Mall adalah *platform* yang menjamin 100% barang asli dan menawarkan produk dari merek domestik dan asing. Shopee sedang berusaha menyelesaikan model bisnis hybrid / *consumer to consumer* (C2C) dengan menguji bisnis *Business to Consumer* (B2C). Selain itu, Shopee memperkenalkan Shopee Live, *platform streaming* langsung yang dirancang untuk mempromosikan produk. Selain Shopee Live, pada tahun 2019 Shopee juga memulai debutnya di Shopee Games. Fitur game ini memberikan hadiah seperti uang tunai, kupon, dan banyak lagi. Game Shopee menawarkan berbagai jenis game, termasuk.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup>Teknovidia, "Profil dan Sejarah Perusahaan Shopee", <https://www.teknovidia.com/profil-sejarah-shopee/> diakses tanggal 03 November 2023 pkl. 00.00.

1. Shopee Tanam
2. Candy
3. Lucky Prize
4. Capit
5. Bubble
6. Run
7. Pets

Sebagai *platform e-commerce*, shopee memiliki kewajiban dan tanggung jawab terkait dengan pemberian diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya. Shopee lebih menekankan pada pencegahan masalah daripada bersiap-siap untuk menyelesaikan masalah begitu masalah muncul. Sangat sulit untuk menyelesaikan masalah saat membeli dan menjual secara online ketika jarak antara penjual dan pembeli. Ketika uang dikirim ke penjual melalui sistem Shopee dan ternyata pembeli mengalami kerugian. Ini biasanya terjadi pada konsumen dengan tingkat pemahaman teknologi yang rendah.<sup>38</sup>

Pasal 15 Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa "setiap penyelenggara sistem elektronik harus mengatur sistem elektronik dapat diandalkan dan aman dan bertanggung jawab atas pengoperasian sistem elektronik sebagaimana mestinya." Undang-Undang ini, No. 19 Tahun 2016 mengenai informasi dan transaksi elektronik, menjelaskan tanggung jawab dalam bidang

---

<sup>38</sup> Hartono, Laksamana Varelineo Zeustan, 2020, "Kajian Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Shopee", *Thesis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang*, hlm. 63.



komunikasi dan transaksi elektronik, terutama untuk penyelenggara sistem elektronik (biasanya perusahaan hukum perusahaan). Menurut Undang-Undang yang disebutkan di atas, bisnis yang menyiapkan sistem elektronik harus bertanggung jawab kepada penyelenggara sistem.<sup>39</sup>

Shopee adalah pilihan yang layak karena manfaatnya. Berikut ini adalah manfaat yang ditawarkan Shopee kepada penggunanya:<sup>40</sup>

### 1. Memiliki Banyak Konsumen

Salah satu marketplaces dengan basis pengguna yang besar adalah Shopee. Karena Shopee membuat pembelian begitu mudah, banyak dari mereka menggunakannya. Tidak perlu bagi pelanggan untuk meninggalkan rumah untuk membeli kebutuhan.

Sekali lagi, itu sederhana; Shopee membawa sejumlah besar hal yang tidak tersedia di toko-toko. Shopee baru saja mulai menawarkan pembelian kredit, maskapai penerbangan, kereta api, dan jenis tiket lainnya. Karena itu, seharusnya tidak mengejutkan jika orang memutuskan untuk berbelanja di Shopee.

### 2. Banyak Program Menarik bagi Pengguna

Manfaat kedua yang ditawarkan Shopee adalah berbagai program yang menarik yang tersedia untuk dimanfaatkan oleh

---

<sup>39</sup> Yonisha Sumuak & Danang Wahyu Muhammad, 2022, Kontruksi Hukum dalam Perjanjian Jual Beli Online Platform Marketplace Shopee, *Media of Law and Sharia*, Vol. 3, Issue. 2, hlm. 145.

<sup>40</sup> Desi Murniati, "5 Fitur Terbaik di Shopee, Jualan Mudah Untung Berlimpah", <https://kledo.com/blog/fitur-terbaik-shopee/> diakses tanggal 02 November 2023 pkl. 01.00.

semua pengguna. Program-program ini memfasilitasi tidak hanya pengalaman pembelian bagi pengguna Shopee, tetapi juga proses vendor untuk mendaftar barang-barang mereka di platform.

Layanan pos gratis adalah salah satu inisiatif Shopee yang benar-benar bermanfaat bagi pembeli dan pedagang. Dengan bantuan program ini, pelanggan dapat membeli barang-barang yang mereka inginkan tanpa khawatir tentang biaya pengiriman. Dengan menggunakan program ini, penjual dapat meningkatkan penjualan mereka.

### 3. Shopee Terintegrasi dengan Sitem Pengiriman Paket

Fakta bahwa Shopee secara langsung terintegrasi dengan sistem pengiriman paket adalah keuntungan ketiga. Penjual dan pelanggan dapat melacak keberadaan paket mereka menggunakan akun Shopee mereka.

Ketika pengguna mengklik pada "Bagian Paket Dikirim," lokasi paket mereka ditunjukkan dalam teks yang jelas. Dengan cara ini, pengguna dapat menjamin keamanan paket. Siapa yang tidak ingin menggunakan Shopee dengan semua manfaat ini?

Berikut adalah hasil penelitian dan pembahasan mengenai hal tersebut :

#### 1. Kewajiban Shopee

Sebagai *platform e-commerce*, shopee sering menawarkan diskon dan promosi gratis ongkir kepada pengguna

sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Berikut adalah beberapa kewajiban yang dimiliki terhadap diskon dan gratis ongkir kepada pengguna :

a. Keterbukaan dan Keterpercayaan

Shopee harus menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang syarat dan ketentuan diskon serta promosi gratis ongkir kepada pengguna. Hal ini mencakup tanggal berlakunya, pembatasan produk yang memenuhi syarat, dan persyaratan lainnya.

b. Kepatuhan Terhadap Hukum

Shopee harus memastikan bahwa penawaran diskon dan promosi gratis ongkir mereka mematuhi semua hukum dan peraturan yang berlaku. Ini termasuk ketentuan perlindungan konsumen dan peraturan perdagangan yang ada di setiap yurisdiksi dimana mereka beroperasi.

c. Ketersediaan Stok

Shopee harus memastikan ketersediaan stok produk yang ditawarkan dengan diskon dan gratis ongkir kepada pengguna. Mereka tidak boleh menawarkan penawaran yang tidak dapat dipenuhi karena keterbatasan stok.

d. Transparansi Biaya

Shopee harus memberikan informasi yang jelas tentang biaya pengiriman yang ditanggung oleh pengguna meskipun ada promosi gratis ongkir. Ini termasuk menghindari praktek pemasaran yang menyesatkan dimana biaya lainnya mungkin ditambahkan secara tidak adil.

e. Penanganan Sengketa

Shopee harus memiliki prosedur yang jelas untuk menangani sengketa yang mungkin timbul terkait dengan penawaran diskon dan promosi gratis ongkir. Mereka harus memberikan layanan pelanggan yang memadai untuk membantu pengguna yang mungkin menghadapi masalah terkait dengan promosi tersebut.

f. Keamanan Transaksi

Shopee harus menjaga keamanan transaksi yang melibatkan pengguna yang memanfaatkan penawaran diskon atau promosi gratis ongkir. Ini mencakup melindungi informasi pembayaran pengguna dan mencegah penipuan.

Dengan mematuhi kewajiban-kewajiban ini, shopee dapat memastikan bahwa penawaran diskon dan promosi gratis ongkir mereka memberikan manfaat yang adil dan aman bagi pengguna mereka.

Pada umumnya, kewajiban shopee atau *platform e-commerce* lainnya biasanya diatur oleh hukum yang berlaku di suatu negara. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik (Hukum ITE), dan KUHPerdara adalah salah satu Undang-Undang terkait di Indonesia.

Berikut beberapa hal yang dapat menjadi kewajiban shopee sesuai dengan UUPK, UU ITE dan KUHPerdara.

a. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Pemerintah Indonesia telah menetapkan kerangka kerja legislatif untuk Undang-Undang perlindungan konsumen yang saat ini berlaku. Pelestarian hak-hak konsumen dapat dicapai dengan optimisme besar jika memiliki landasan hukum yang jelas. Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Pasal 1 Paragraf 1 mendefinisikan "perlindungan" sebagai berikut :<sup>41</sup>

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

Beberapa pasal yang terkait dengan kewajiban *e-commerce* terhadap pembelinya dapat mencakup :

---

<sup>41</sup> Aulia Muthiah, 2023, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, hlm. 38.

a) Pasal 4 : “Menjelaskan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan tentang barang dan/atau jasa yang ditawarkan”.

b) Pasal 7 : “Menjelaskan hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika menerima barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan persyaratan yang disepakati”.

c) Pasal 14 : “Menjelaskan hak konsumen untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan tidak merugikan serta hak untuk mendapatkan ganti rugi jika menderita kerugian akibat pelayanan yang buruk”.

d) Pasal 17 : “Menjelaskan kewajiban penyelenggara usaha untuk memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang wajar dan berlaku”.

b. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang amandemen hukum No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (Hukum ITE) berisi peraturan yang lebih rinci untuk kewajiban e-

*commerce* kepada pembeli. Artikel terkait sehubungan dengan Hukum ITE meliputi :

a) Pasal 8A : Menjelaskan tentang pemberitahuan elektronik yang harus disediakan oleh penyelenggara sistem elektronik kepada pengguna layanan.

b) Pasal 15 : Menyebutkan bahwa setiap penyedia jasa perdagangan elektronik wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan lengkap kepada konsumen, serta menyimpan data transaksi elektronik.

c) Pasal 17 : Menjelaskan bahwa setiap penyelenggara sistem elektronik yang memberikan layanan perdagangan elektronik harus menyediakan sarana elektronik yang memudahkan konsumen untuk menyampaikan keluhan atau pertanyaan.

c. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Pasal 1320 KUHPerdata di Indonesia memberikan ketentuan mengenai syarat-syarat sahnya suatu perjanjian sah jika terdapat persetujuan para pihak yang berkontraksi, kemudian objek tertentu, dan sebab yang sah.

Ketentuan hukum perdata, khususnya dalam KUHPerdata, mengenai *e-commerce* dan pembelian oleh anak dibawah umur mencakup pertanggungjawaban dan perlindungan hukum terhadap para pihak yang terlibat. Berikut adalah beberapa poin yang dapat diulas :

Tanggung jawab shopee terhadap konsumen atau penjual dapat mencakup hal-hal seperti :

1) Pengelolaan Transaksi

Bagaimana *platform* menangani proses transaksi, pembayaran, dan pengiriman barang.

2) Perlindungan Konsumen

Kebijakan pengembalian barang, garansi produk, dan perlindungan konsumen lainnya.

3) Penanganan Konflik

Cara menangani sengketa atau keluhan antara pengguna.

4) Keamanan dan Privasi

Kebijakan keamanan dan privasi data pengguna.

## 2. Tanggung Jawab Shopee

Tanggung jawab sosial Shopee melibatkan belajar bagaimana mempromosikan produk secara efektif menggunakan teknologi, prosedur operasional, dan manajemen financial untuk



membangun perusahaan yang menguntungkan. <sup>42</sup>Ada beberapa tanggung jawab yang dimiliki oleh shopee, antara lain :

a. Tanggung Jawab Terhadap Vendor

Shopee bertanggung jawab untuk bekerja sama dengan penjual (vendor) untuk memastikan bahwa penawaran diskon dan gratis ongkir yang mereka iklankan adalah akurat dan sesuai.

b. Tanggung Jawab Terhadap Konsumen

Shopee harus menjaga kepentingan konsumen. Jika ada masalah dengan penawaran diskon atau gratis ongkir, shopee perlu memberikan dukungan kepada konsumen untuk memecahkan masalah tersebut melalui customer service atau biasa disebut “Chat dengan Shopee” yang disediakan oleh pihak shopee itu sendiri.

c. Tanggung Jawab Terhadap Penegakan Hukum

Shopee harus memastikan bahwa penawaran mereka tidak melanggar hukum atau peraturan yang berlaku. Mereka harus mematuhi peraturan tentang iklan yang sesuai dan jujur.

3. Pemberian Diskon dan Gratis Ongkir

a. Tujuan Pemberian Diskon dan Gratis Ongkir

---

<sup>42</sup> Nailul Muna, Nuri Aslami, 2021, Pentingnya Mengimplementasi Tanggung Jawab Sosial Dan Etika Bisnis Terhadap Konsumen E-Commerce (Studi Kasus Shopee Online Shop), *Jurnal UIN Sumatera Utara Medan*, Vol. V, No. 2, Hlm. 21.

Menjelaskan tujuan shopee memberikan diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya, seperti meningkatkan penjualan, menarik pelanggan baru, atau meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Mekanisme Pemberian Diskon

Menguraikan cara shopee memberikan diskon kepada penjual dan konsumen, termasuk presentase diskon, syarat dan ketentuan, serta periode pemberian diskon.

c. Mekanisme Gratis Ongkir

Menjelaskan bagaimana shopee memberikan fasilitas gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya, termasuk persyaratan pembelian minimum dan batasan pembelian.

4. Dampak Pemberian Diskon dan Gratis Ongkir

a. Keuntungan Bagi Konsumen

Diskon dan gratis ongkir adalah insentif bagi konsumen untuk berbelanja di Shopee. Hal ini dapat menguntungkan konsumen dengan harga yang lebih terjangkau dan biaya pengiriman yang lebih rendah.

b. Pengaruh Pada Persaingan

Pemberian diskon dan gratis ongkir juga dapat mempengaruhi persaingan di pasar. Shopee harus memastikan bahwa insentif tersebut diberikan secara adil dan tidak merugikan pesaing.

c. Tantangan dalam Keberlanjutan

Pemberian diskon dan gratis ongkir dapat menimbulkan tantangan dalam hal keberlanjutan ekonomi perusahaan. Shopee harus memastikan bahwa strategi ini tetap berkelanjutan dari segi keuangan.

#### 5. Pengawasan dan Pengendalian

- a. Shopee harus memiliki sistem pengawasan dan pengendalian yang ketat untuk memantau dan memastikan kepatuhan terhadap kewajiban dan tanggung jawab mereka terkait dengan diskon dan gratis ongkir.
- b. Mekanisme pengaduan, shopee juga harus menyediakan mekanisme pengaduan bagi konsumen jika ada ketidakpuasan atau masalah terkait dengan penawaran diskon atau gratis ongkir.

#### 6. Kepuasan Pengguna

Secara umum, kepuasan dapat tercapai jika apa yang dirasakan atau didapatkan sesuai dengan apa yang diharapkan.<sup>43</sup>

Pemberian diskon dan gratis ongkir adalah strategi pemasaran yang umum digunakan oleh *platform e-commerce* seperti Shopee untuk meningkatkan penjualan dan memikat konsumen. Namun, Shopee harus tetap berpegang pada kewajiban dan tanggung jawab mereka agar tetap menjaga integritas dan kepercayaan konsumen serta mematuhi peraturan yang berlaku.

---

<sup>43</sup> Mombang Sihite dan Ernie Tisnawati Sule, 2017, *Sustainable Business Performance Strategy*, BEE Management Consulting, Jakarta Selatan, Hlm. 137.

Shopee juga menyediakan beberapa layanan yang diberikan untuk penggunanya, antara lain :<sup>44</sup>

- a. Layanan Percakapan atau chat : Shopee akan bertindak sebagai perwakilan penjual untuk menjawab setiap dan semua percakapan atau pertanyaan terkait pesanan yang diajukan pada platform, kecuali diizinkan oleh pihak lain.
- b. Layanan Inventaris (inventory) : Hanya produk yang ditunjuk sebagai produk yang dikendalikan Shopee yang akan diperbarui oleh Shopee di Informasi Inventory Toko Penjual.
- c. Layanan Pelaporan : Shopee akan memberikan laporan penjualan dan inventaris penjual dalam format yang dipilihnya, yang dapat diunduh langsung dari Pusat Penjual, kecuali jika Shopee menentukan sebaliknya.
- d. Layanan lain : Shopee kadang-kadang akan menawarkan layanan lain dengan harga yang perlu disepakati secara tertulis oleh para pihak.
- e. Shopee Menawarkan Layanan Multi Gudang : Di mana itu membantu penjual mengirim produk mereka dari Shopee Jakarta/Bekasi gudang ke tempat lain.

Pasal 9 Undang-Undang ITE menetapkan bahwa aktor bisnis yang menggunakan sistem elektronik untuk barang-barang pasar harus memberikan informasi yang akurat dan komprehensif tentang produsen,

---

<sup>44</sup> Pusat Bantuan Shopee, <https://help.shopee.co.id/portal/article/73504-Persyaratan%20Layanan%20Dikelola%20Shopee?seo=1> /diakses tanggal 29 November 2023 pkl. 23.50.

produk yang ditawarkan, dan persyaratan kontrak. Kemudian, setiap aktor bisnis yang mengatur transaksi elektronik diperlukan oleh Pasal 10 Paragraf 1 Undang-Undang ITE untuk mendapatkan sertifikasi ketergantungan.<sup>45</sup> Selanjutnya, ketika menerapkan *e-commerce*, penyelenggara agen elektronik perlu memperhatikan prinsip-prinsip berikut :<sup>46</sup>

- a. Kewaspadaan;
- b. Keamanan dan Integrasi Sistem Teknologi Informasi;
- c. Manajemen Keamanan Aktivitas Transaksi Elektronik;
- d. Efektivitas dan Efisiensi Ekonomi; dan
- e. Perlindungan Konsumen Sesuai dengan Persyaratan Hukum

Selanjutnya, Pasal 12 paragraf (3) hukum ITE menetapkan bahwa setiap individu yang tidak mematuhi peraturan kewajiban mereka dalam transaksi elektronik memiliki tanggung jawab penuh atas kerusakan yang dihasilkan dan konsekuensi hukum. Ini menyiratkan bahwa semua kerugian akibat pelanggaran transaksi elektronik adalah tanggung jawab semua pihak. Saat terlibat dalam transaksi elektronik, pihak-pihak yang terlibat harus melakukannya dengan itikad baik.<sup>47</sup>

Sistem elektronik yang disepakati kemudian harus digunakan oleh orang-orang yang melakukan transaksi elektronik. Transaksi elektronik terjadi setelah penerima telah mengakui dan mengizinkan penawaran

---

<sup>45</sup> Setia Putra, 2014, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui *E-Commerce*, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4, No. 2, hlm. 295.

<sup>46</sup> Pasal 38 ayat (1) PP No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

<sup>47</sup> Pasal 17 ayat (2) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

transaksi yang dikeluarkan oleh pengirim, kecuali kedua belah pihak menentukan sebaliknya. Laporan pendapatan elektronik harus digunakan untuk menyetujui penawaran transaksi elektronik.<sup>48</sup>

Dokumen elektronik, yang biasanya dibuat oleh *merchant*, termasuk dalam perjanjian. Ini memberikan syarat dan ketentuan yang harus diikuti *customer*, tetapi tidak membebani *customer*. Kedua belah pihak menguntungkan secara hukum dari syarat dan ketentuan ini juga. Kedua belah pihak memiliki perlindungan hukum berikut :<sup>49</sup>

- a. Fokus utama perlindungan hukum untuk *merchant* adalah pembayaran ; *merchant* itu menuntut agar pembeli membayar jumlah tersebut dan mengkonfirmasi sebelum mengirimkan produk yang diperlukan.
- b. Customer dilindungi secara legal oleh garansi, yang memungkinkan pengembalian atau pertukaran barang jika apa yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diminta.
- c. Pengguna *privacy* data pribadi dari media elektronik membutuhkan perlindungan hukum. Informasi harus diberikan kepada pemilik persetujuan data pribadi. Pasal 25 Hukum ITE menyatakan bahwa "informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disiapkan ke dalam karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual di dalamnya dilindungi sebagai

---

<sup>48</sup> Pasal 20 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

<sup>49</sup> Setia Putra, 2014, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4, No. 2, Hlm. 299.

hak intelektual yang didasarkan pada ketentuan hukum,"  
memberikan peserta *e-commerce* jenis perlindungan hukum.

Salah satu fitur lain yang membedakan belanja online pribadi dan menjual adalah bahwa tidak ada pihak ketiga yang bertugas memastikan keamanan transaksi atau mengawasi seluruh proses, dari titik pembayaran hingga titik di mana barang dikirim ke penjual. Sebaliknya, Shopee, pasar online untuk perdagangan yang menawarkan tempat untuk menjual serta jaminan kenyamanan dan keamanan, memfasilitasi pembelian dan penjualan. Pelanggan dapat dengan mudah menerima produk, dan penjual dapat dengan aman dan adil menerima pembayaran.<sup>50</sup>

Tindakan hukum juga dapat diambil untuk melindungi pelanggan dalam transaksi online. Gugatan ini sedang dieksploitasi sebagai medan pertempuran antara konsumen dan pemain bisnis. Salah satu hak konsumen, menurut UUPK, adalah untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya untuk menyelesaikan masalah secara damai.<sup>51</sup> Selain itu, salah satu tanggung jawab pelaku usaha adalah mengganti kerugian yang dihasilkan dari penggunaan, penggunaan, dan pemanfaatan komoditas dan/atau layanan yang diperdagangkan.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Hartono, Laksamana Varelino Zeustan, 2020, "Kajian Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Shopee", *Thesis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang*, hlm. 68.

<sup>51</sup> Pasal 4 huruf e UUPK.

<sup>52</sup> AZ Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 178.

Dalam penelitian ini, ditemukan berbagai fitur shopee antara lain, sebagai berikut :<sup>53</sup>

### 1. Berbelanja dengan Garansi

Shopee menjamin pelanggannya bahwa mereka akan melepaskan biaya kepada penjual setelah menerima produk. Anda pasti akan menemukan hal ini sangat membantu dalam menghindari penipuan dalam bentuk apa pun. Ini adalah fungsi yang sangat mendasar tetapi efektif. Karena pembeli memiliki sepuluh hari untuk menyatakan bahwa barang telah diterima. Uang kemudian akan dikirim ke penjual secara otomatis.

### 2. Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) dan COD (*Cash On Delivery*)

Biaya yang terkait dengan pengiriman atau ongkos kirim mungkin menjadi masalah. Akibatnya, Shopee menawarkan ongkos kirim gratis dan program insentif pengiriman dalam upaya mengurangi biaya pengiriman. Fitur ini biasanya memiliki persyaratan untuk jumlah pembelian minimum atau berat pengiriman minimum. Selain itu, skema berbasis gaji atau cod adalah operasional. Ini dilakukan untuk memfasilitasi proses transfer bagi pembeli yang mungkin tidak bisa. Dengan cara ini, setelah pengiriman produk ke rumah oleh kurir, pembeli akan dapat membayar total biaya.

### 3. Harga yang Bersaing Serta Garansi

---

<sup>53</sup> Alhasbi, "Fitur-fitur Shopee yang Harus Anda Ketahui", <https://hidupdigital.id/fitur-fitur-shopee-yang-harus-anda-ketahui/> diakses tanggal 03 November 2023 pkl. 01.20.



Tidak perlu terlalu perhitungan dalam marketplace. Karena fakta bahwa harga yang ditampilkan di area harga terendah Shopee adalah yang terendah yang tersedia. Anda dapat mencegah dompet yang meronta setelah berbelanja dalam metode ini.

#### 4. Beragam Tawaran

Selain itu, Shopee sering membuat berbagai tawaran menggunakan diskon, rabat pengiriman, kupon, dan insentif lainnya. Karena penawaran khusus seperti The Flash Sale, Super Sale 5.5, Great Sale 11.11, Ramadan Sale, dll. Tersedia setiap bulan.

Fitur-fitur tersebut memiliki beberapa keunggulan dan manfaat yang dapat meningkatkan pengalaman berbelanja pengguna di *platform* shopee. Tidak hanya meningkatkan keamanan dan kenyamanan transaksi, tetapi juga memberikan insentif kepada pengguna untuk aktif berbelanja dengan menawarkan keuntungan seperti harga bersaing, diskon, dan tawaran khusus. Fitur-fitur ini mencerminkan upaya shopee dalam menciptakan ekosistem *e-commerce* yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

Tujuan utama dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia adalah untuk melindungi konsumen. "Semua upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen" adalah definisi perlindungan konsumen sebagaimana

dinyatakan dalam ketentuan utama hukum nomor 8 tahun 1999 yang mencakup perlindungan konsumen.<sup>54</sup> Mengingat bahwa kepentingan konsumen pada dasarnya ada sejak sebelum barang dan/atau jasa diproduksi, melindungi konsumen dapat dilihat dari lebih dari sekadar perspektif hukum. Mengingat kemajuan sains yang cepat dan teknologi yang semakin kompleks, perlindungan konsumen dipandang baik secara formal dan material semakin penting. Mengingat kompleksitas masalah seputar perlindungan konsumen, sangat penting dan vital untuk menemukan solusi cepat untuk memastikan bahwa kepentingan konsumen dilindungi secara memadai.<sup>55</sup>

Dalam menyajikan berbagai fitur, seperti diskon dan gratis ongkir, shopee memperlihatkan komitmen mereka dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menguntungkan bagi pengguna aplikasinya. Tidak hanya fokus pada aspek keamanan transaksi, shopee juga memberikan perhatian pada faktor daya tarik pasar dengan menyajikan beragam tawaran, diskon, dan program gratis ongkir. Dengan strategi ini, shopee berusaha mempertahankan posisinya sebagai *platform e-commerce* yang tidak hanya andal secara teknis, tetapi juga menarik bagi para konsumen.

Pemberian diskon dan gratis ongkir oleh shopee kepada pengguna aplikasinya bukan hanya sekedar strategi pemasaran, tetapi juga

---

<sup>54</sup>Indonesia (a), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42 Tahun 1999, TLN. No. 3821, Ps. 1 angka (2) beserta penjelasannya.

<sup>55</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, hlm. 5.

mencerimnkan upaya untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen. Fitur seperti garansi, harga bersaing, dan beragam tawaran menunjukkan bahwa shopee tidak hanya memperlihatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkoitmen untuk menjaga integritas dan keamanan dalam setiap transaksi.

Dalam konteks kewajiban dan tanggung jawab, shopee sebagai *platform e-commerce* memiliki peran penting untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi, terutama dalam pemberian diskon dan gratis ongkir. Kewajiban untuk mematuhi UU ITE serta regulasi perlindungan konsumen menjadi prioritas. Selain itu, tanggung jawab shopee juga mencakup penyediaan informasi yang jelas dan transparan kepada pengguna mengenai syarat dan ketentuan pemberian diskon, gratis ongkir, serta kebijakan garansi.

Dalam menjalankan kewajiban dan tanggung jawabnya, shopee perlu memastikan bahwa kebijakan diskon dan gratis ongkir tidak melanggar prinsip-prinsip hukum dan tidak merugikan pihak konsumen. Komunikasi yang jelas, pemenuhan terhadap standar keamanan transaksi, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen merupakan aspek yang krusial dalam menjaga integritas shopee sebagai *platform e-commerce* yang dapat dipercaya.

Dengan demikian, pemberian diskon dan gratis ongkir oleh shopee bukan hanya menjadi strategi bisnis, tetapi juga mencerminkan komitmen mereka terhadap kepuasan pelanggan, keamanan transaksi, dan kepatuhan

terhadap regulasi yang berlaku. Sebagai *platform e-commerce*, shopee memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lingkungan berbelanja online yang aman, nyaman, dan dapat diandalkan bagi pengguna aplikasinya.

## **B. Ketentuan Mengenai Diskon dan Gratis Ongkir yang Terjadi Pada Aplikasi Shopee Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perjanjian Jual Beli**

Shopee, menjadi pelaku transaksi elektronik, terikat oleh hukum Indonesia. Contoh peraturan semacam itu adalah aturan dan hukum transaksi elektronik, atau hukum ITE.<sup>56</sup>

Sejauh ini, UU ITE di Indonesia menyediakan kerangka hukum yang mengatur transaksi elektronik, termasuk *e-commerce*. Beberapa aspek yang mungkin terkait dengan diskon dan gratis ongkir dalam *e-commerce*, seperti ketentuan mengenai informasi yang akurat dan tidak menyesatkan, perlindungan konsumen, serta perlindungan data pribadi, dapat memiliki implikasi hukum.

Terlepas dari kenyataan bahwa masalah transaksi *e-commerce* sudah diatur oleh Undang-Undang. Namun, kadang-kadang, pembeli masih dalam situasi yang berbahaya. Karena kondisi seperti ini, aktor bisnis dapat memaksimalkan keuntungan dengan menghindari kewajiban yang harus ditempatkan pada mereka. Penyebab utama kelemahan konsumen

---

<sup>56</sup> Fashda Bima Tu'mar, 2022, "Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (Studi Transaksi Online Pada Situs Shopee)", Skripsi Fakultas Hukum Unissula, Semarang, hlm. 49.

seringkali rendahnya tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan hak-hak mereka.<sup>57</sup>

Kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional harus berlaku untuk kontrak elektronik dalam transaksi elektronik. Pasal 18 paragraf (1) dari hukum ITE menetapkan bahwa "transaksi elektronik dituangkan ke dalam kontrak elektronik yang mengikat para pihak." Ini mengacu pada kontrak elektronik yang mengikat para pihak dalam transaksi elektronik.<sup>58</sup>

Menurut Pasal 1 ITE Ketentuan No. 2, transaksi elektronik didefinisikan sebagai kegiatan hukum yang dilakukan oleh komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Kepastian hukum bagi pembeli dan penjual di perusahaan *e-commerce* telah dipastikan oleh hukum ITE. Fakta bahwa ada dokumen yang menguraikan tanggung jawab dan hak-hak pembeli dan penjual berfungsi sebagai bukti ini. Secara khusus, Pasal 9 menyatakan bahwa aktor bisnis memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap tentang kondisi kontrak, produsen, dan barang yang dijual.

Pelaku usaha yang melakukan transaksi melalui *e-commerce* telah memberikan informasi lengkap dan akurat, termasuk rincian produk dan barang, harga, dan formulir mereka, yang semuanya telah dijelaskan sepenuhnya dan akurat.

---

<sup>57</sup> Suharmoko, 2004, *Hukum Perjanjian : Teori dan Analisa Kasus*, Kencana, Jakarta, hlm. 3.

<sup>58</sup> Yuni, Zakira, 2021, "Tanggung Jawab *E-Commerce Shopee* Dalam Hal Terjadi Pengiriman Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Jual Beli Online", Diploma thesis, Universitas Andalas, hlm. 7.

Ada beberapa ketentuan yang berlaku menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia dalam konteks penawaran dan promosi gratis ongkir yang dilakukan oleh shopee, antara lain yaitu :

a. Transparansi dan Keterbukaan

Menurut UU ITE, *platform e-commerce* seperti shopee diharapkan untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang penawaran diskon dan promosi gratis ongkir kepada pengguna. Hal ini termasuk menyediakan informasi tentang syarat dan ketentuan, periode promosi, dan persyaratan lainnya secara jelas dan mudah diakses.

b. Perlindungan Konsumen

UU ITE memiliki ketentuan yang melindungi konsumen dari praktik penipuan atau penipuan dalam transaksi elektronik. Oleh karena itu, shopee diharapkan untuk memastikan bahwa penawaran diskon dan promosi mereka tidak menyesatkan atau menipu konsumen.

c. Perlindungan Data Pribadi

d. Ketentuan Kontrak

Perjanjian jual beli antara shopee dan pengguna dapat mencakup ketentuan khusus terkait dengan penawaran diskon dan promosi. Hal ini dapat mencakup syarat dan ketentuan pengguna, pembatalan atau perubahan penawaran, dan penyelesaian sengketa.

Berdasarkan penentuan keberlakuannya, Shopee merupakan kontrak yang mengikat secara hukum antara pihak-pihak yang terlibat. Artinya, jika tidak ada persetujuan bersama, tidak ada pihak yang dapat mengakhiri perjanjian, namun pembatalan diperbolehkan setelah terbentuk kesepakatan antara para pihak.

Perjanjian *e-commerce* shopee termasuk dalam kategori perjanjian baku atau yang sering disebut sebagai “*terms of service*” atau “syarat dan ketentuan pengguna.” Perjanjian baku adalah perjanjian yang telah ditulis sebelumnya oleh satu pihak dan diberikan kepada pihak lain tanpa memberikan kesempatan kepada pihak tersebut untuk merevisi ketentuannya. Dalam konteks *e-commerce*, perjanjian ini biasanya disusun oleh penyedia *platform* (shopee) dan diterapkan secara umum kepada semua pengguna.

Karakteristik utama perjanjian baku antara shopee dan pengguna meliputi :

a. Sifat Standar

Perjanjian baku bersifat standar dan diterapkan secara seragam kepada semua pengguna *platform*. Hal ini memudahkan manajemen dan pengoperasian skala besar pada *platform e-commerce*.

b. Ketentuan Tetap

Isi perjanjian baku cenderung tetap dan kurang dapat diubah oleh setiap pengguna individu. Pengguna biasanya hanya dapat

menerima atau menolak syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh shopee.

c. Minimnya Negosiasi

Dalam perjanjian baku, ada sedikit ruang untuk bernegosiasi mengenai syarat-syarat tertentu. Pengguna diberikan pilihan untuk menerima atau menolak keseluruhan perjanjian, tetapi mereka memiliki keterbatasan dalam mengubah isi perjanjian tersebut.

Perjanjian timbal balik atau “*negotiated agreements*” adalah perjanjian di mana kedua belah pihak dapat bernegosiasi mengenai isi perjanjian, dan keduanya memiliki kemampuan untuk memberikan masukan dan mempengaruhi syarat-syarat yang ditetapkan. Namun, dalam konteks *e-commerce* massal seperti shopee, perjanjian baku lebih umum digunakan untuk memberikan konsistensi dan efisiensi dalam layanan kepada pengguna yang sangat banyak.

Al Qur'an memberikan panduan etika, keadilan, dan moral yang dapat dijadikan pedoman dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Beberapa prinsip Islam yang relevan dengan praktik jual beli adalah :

a. Keadilan dan Keterbukaan

Al-Qur'an menekankan pentingnya keadilan dalam setiap transaksi dan menghindari penipuan atau ketidakjelasan. Terdapat dalam Q.S. An-Nisa [4] : 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا



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

b. Menepati Janji dan Kesepakatan

Islam mendorong untuk menepati janji dan kesepakatan dalam bertransaksi. Terdapat dalam Q.S. Al-Isra [17] : 34 :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ  
وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ ۗ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya :”Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban”.

c. Menjaga Kehormatan dan Kepentingan Bersama

Bisnis seharusnya dilakukan dengan menjaga kehormatan dan kepentingan bersama, menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain.

Penting untuk diingat bahwa Al-Qur’an memberikan prinsip-prinsip umum dan etika berbisnis. Untuk ketentuan hukum spesifik seperti yang terkandung dalam UU ITE, Peraturan Pemerintah, dan Hukum Sipil lainnya di negara bersangkutan menjadi acuan utamanya.

Namun bahwa Undang-Undang adalah produk buatan manusia sehingga tidak mungkin Undang-Undang ini mencapai kesempurnaan yang

tujuannya memberikan perlindungan kepada masyarakat secara keseluruhan. Jadi sangat mungkin terjadi peraturan perundang-undangan tidak mengatur secara tuntas tentang keperluan masyarakat. Sehingga ada kemungkinan adanya peraturan yang tidak jelas dan ada kemungkinan peraturan yang tidak jelas sulit dipahami. Akan tetapi peraturan yang sudah sah menjadi Undang-Undang harus dilaksanakan oleh seluruh elemen masyarakat.<sup>59</sup>



---

<sup>59</sup> Aulia Muthiah, 2023, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, Hlm. 35.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dikemukakan, dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

1. Kewajiban dan tanggung jawab shopee sebagai platform *e-commerce* terkait pemberian diskon dan gratis ongkir kepada pengguna aplikasinya adalah pentingnya mematuhi prinsip-prinsip transparansi, kepatuhan hukum, ketersediaan stok, transparansi biaya, penanganan sengketa, dan keamanan transaksi. Dengan mematuhi kewajiban-kewajiban ini, shopee dapat memastikan bahwa penawaran mereka memberikan manfaat yang adil dan aman bagi pengguna mereka.
2. Shopee sebagai pelaku transaksi elektronik, terikat oleh hukum Indonesia, termasuk UU ITE. UU ITE mengatur berbagai aspek transaksi elektronik, termasuk *e-commerce*, dan memiliki implikasi hukum terkait diskon, promosi, gratis ongkir, perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, dan ketentuan kontrak. Sementara prinsip-prinsip Islam juga memberikan pedoman etika dalam bisnis, penting untuk memahami bahwa kepastian hukum bagi pembeli dan penjual di *e-commerce* telah dipastikan oleh hukum ITE, meskipun masih ada kemungkinan peraturan yang ambigu atau sulit dipahami. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap hukum yang berlaku menjadi kunci dalam menjalankan bisnis *e-commerce* seperti shopee.

## B. SARAN

Berdasarkan uraian dan kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Shopee

Shopee sebaiknya tetap mempertahankan pendekatan proaktif dalam mengatasi masalah. Membangun sistem yang dapat mendeteksi potensi masalah sebelum terjadi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.

Shopee terus memperkuat sistem dan keamanan *platformnya* sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2016. Ini termasuk pembaruan perangkat lunak, peningkatan keamanan data, dan audit sistem secara berkala.

### 2. Pengguna

Sebelum melakukan transaksi, pengguna sebaiknya melakukan penelitian terhadap produk dan penjualnya. Mengecek reputasi penjual, membaca ulasan pengguna sebelumnya, dan memastikan ketentuan pengembalian barang dapat membantu mengurangi risiko.

## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an dan Hadist

QS. Al-Baqarah : 275

QS. An-Nisa :29

QS. Al-Isra : 34

HR. Abu Hurairah R.A

### Buku

Ahmad Miru dan Sakka Pati, 2011, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*, Rajagrafindo Persada, Jakarta.

As-Sidawi, Al-Ustadz Abu Abdillah Afifudin, 2022, *Bisnis Online dalam Perspektif Fikih Islam*, At-Tuqa, Yogyakarta.

Aulia Muthiah, 2023, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.

AZ Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.

Djaja S., Meliala, 2012, *Penuntun Praktis Hukum Perjanjian Khusus*, Nuansa : Aulia, Bandung.

Aryani Witasari, Siti Rodhiyah Dwi Istinah. et al., 2021, *Mediasi Untuk Bisnis E-Commerce*, Cet. I, Unissula Press, Semarang.

M. Afdhal Chatra P., Zunan Setiawan. et al., 2023, *Kewirausahaan 5.0 Membangun Keberhasilan Wirausaha pada Era Society 5.0*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.

Erwin Erwin, Agus Dedi Subagja. et al., 2023, *Bisnis Digital : Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*, PT. Green Pustaka Indonesia, Cirebon.

Gemala Dewi, 2005, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Kencana, Jakarta.

- Grieffanny Pranata Wicaksana, Afdiarsa Zaidan. et al., 2022, *Pemasaran Kewirausahaan Sosial dari Perspektif Teori*, Inara Publisher, Malang.
- Hendi Suhendi, 2005, *Fiqh Muammalah*, Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- I Putu Agus Eka Pratama, 2015, *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*, Informatia, Bandung.
- Ita Rahmawati, Lailatus Sa'adah. et al., 2020, *Faktor Diskon, Bonus Pack, dan In Store Display Serta Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif*, LPPM, Jombang.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Lubis, Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi, 1994, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Mariam Darus Badruzaman, 2005, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung.
- Mombang Sihite dan Ernie Tisnawati Sule, 2017, *Sustainable Business Performance Strategy*, BEE Management Consulting, Jakarta Selatan.
- Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- R. Wirjono Prodjodikoro, 1993, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Sumur, Bandung.
- Ridho Aldily, 2017, *101 Amazing Marketing Ideas*, Quadrant, Yogyakarta.
- Risqiani Nur Badria dan Surya Ely S, 2022, *Amandemen Undang-Undang ITE (UU RI No. 19 Tahun 2016)*, Sinar Grafika, Jakarta Timur.
- Soeroso, R., 2011, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Subekti, 2001, *Hukum Perjanjian*, Cetakan 19, Intermedia, Jakarta.
- Suharmoko, 2004, *Hukum Perjanjian : Teori dan Analisa Kasus*, Kencana, Jakarta.

## **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

UU No, 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

PP No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE)

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

### **Jurnal dan Karya Tulis Ilmiah**

Agus, Hamam, 2022, Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi Kasus Pada Toko Basmalah Cabang Klakah, Kabupaten Lumajang), *Jurnal Kaffa*, Vol. 1, No. 4.

Alfatah, Muh Shadiqul Mushaddiq, 2022, Jual Beli Online, *Fakultas Syari'ah dan Hukum Uin Alauddin Makassar*

Arif Isnaini, 2005, *Model dan Strategi Pemasaran*, Ntp Press, Makassar

Bagus Hanindyo Mantri, SH., 2007, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce", Tesis Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, Semarang.

Basrah Saidani, Lisa Monita Lusiana, Shandy Aditya, 2019, Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 10.

Hartono, Laksamana Varelino Zeustan, 2020, "Kajian Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Shopee", *Thesis Universitas Katolik Soegijapranata*, Semarang.

Lathifah Hanim, 2014, Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi, *Jurnal Pembaharuan Hukum Unissula*, Vol. 1, No. 2.

- Linda Durotul Ummah, 2018, Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management, *Jurnal Nuansa Informatika*, Vol. 12, No. 2.
- Mujiyana dan Ingge Elissa, 2013, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online, *J@ati Undip : Jurnal Teknik Industri*.
- Nailul Muna, Nuri Aslami, 2021, Pentingnya Mengimplementasi Tanggung Jawab Sosial Dan Etika Bisnis Terhadap Konsumen E-Commerce (Studi Kasus Shopee Online Shop), *Jurnal UIN Sumatera Utara Medan*, Vol. V, No. 2.
- Setia Putra, 2014, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4, No. 2.
- Syahbul Bachri, 2010, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*, *Artikel Antologi Kajian Islam*, Vol. 15, No. 1.
- Tu'mar, Fashda Bima, 2022, "Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (Studi Transaksi Online Pada Situs Shopee)", Skripsi Fakultas Hukum Unissula, Semarang.
- Ukie Tukinah, 2015, Model Perlindungan Preventif Bagi Konsumen Onlineshop Melalui Keterbukaan Informasi, *Jurnal Pembaharuan Hukum Unissula*, Vol. II, No. 3.
- Wahyudi, 2022, "Pengaruh Flash Sale, Cashback dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Muslim (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Aceh)", *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry*, Banda Aceh.
- Yonisha Sumuak & Danang Wahyu Muhammad, 2022, Kontruksi Hukum dalam Perjanjian Jual Beli Online Platform Marketplace Shopee, *Media of Law and Sharia*, Vol. 3, Issue. 2.
- Yuni, Zakira, 2021, "Tanggung Jawab E-Commerce Shopee Dalam Hal Terjadi Pengiriman Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Jual Beli Online", Diploma thesis, Universitas Andalas.

### **Lain-Lain**

- Alhasbi, "Fitur-fitur Shopee yang Harus Anda Ketahui", <https://hidupdigital.id/fitur-fitur-shopee-yang-harus-anda-ketahui/>



Desi Murniati, “5 Fitur Terbaik di Shopee, Jualan Mudah Untung Berlimpah”,  
<https://kledo.com/blog/fitur-terbaik-shopee/>

Muchlisin Riadi, “Diskon (Pengertian, Tujuan, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi”, <https://www.kajianpustaka.com/2021/02/diskon.html/>

Pusat Bantuan Shopee, “Kebijakan Barang yang Dilarang dan Dibatasi”,  
<https://help.shopee.co.id/portal/article/71189-Kebijakan-Barang-yang-dilarang-dan-dibatasi?seo=1/>

Teknovidia, “Profil dan Sejarah Perusahaan Shopee”,  
<https://www.teknovidia.com/profil-sejarah-shopee/>

Tim Shopee, “Kebijakan barang yang dilarang dan dibatasi”, dikutip dari  
<http://shopee.co.id/docs/300> diakses 23 November 2023/

Yoga Winando “E-Commerce, Pengertian, Manfaat, dan Keuntungannya”  
<https://www.gurupendidikan.co.id/ecommerce/#ftoc-heading-2/>

