

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI
PELAKU USAHA E-COMMERCE DAN KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI ONLINE**

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



Diajukan Oleh:

Muhammad Raffly Adrian Prayogo

30302100227

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

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI
PELAKU USAHA E-COMMERCE DAN KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI ONLINE**



Diajukan Oleh:

Muhammad Raffly Adrian Prayogo

30302100227

Pada tanggal... 30/10/24

Telah disetujui oleh dosen pembimbing:

Dr. Hj. Arvani W., S.H., M.Hum.

NIDN: 0615106602

**TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU
USAHA E-COMMERCE DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
ONLINE**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhammad Raffly Adrian Prayogo

NIM : 30302100227

Telah dipertahankan di depan tim penguji

Pada tanggal, 28 November 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji

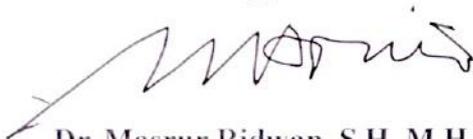
Ketua



Dr. Arpangi, SH, MH

NIDN : 06-1106-6805

Anggota



Dr. Masrur Ridwan, S.H, M.H

NIDN : 88-2718-0018

Anggota



Dr. Hj. Aryani Witasari, SH, M.Hum

NIDN : 06-1510-6602



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

NIDN : 06-2004-6701

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Muhammad Raffly Adrian Prayogo**

NIM : 30302100227

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa, karya tulis yang berjudul :

TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA E-COMMERCE DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE

Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindak plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya.

Semarang, 29 November 2024

Yang menyatakan



Muhammad Raffly Adrian P.

NIM : 30302100227

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Muhammad Raffly Adrian Prayogo**

NIM : 30302100227

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :

TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA E-COMMERCE DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE

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

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

Semarang, 29 November 2024

Yang Menyatakan



Muhammad Raffly Adrian P.

NIM : 30302100227

ABSTRAK

Konsumsi adalah kebutuhan dasar manusia untuk bertahan hidup. Perkembangan teknologi informasi telah memunculkan berbagai layanan telekomunikasi dan produk kompleks, membuat masyarakat kini bergantung pada perdagangan online melalui marketplace yang menggantikan metode tradisional. Meskipun *e-commerce* menawarkan banyak kelebihan, terdapat juga risiko penyalahgunaan oleh oknum yang melanggar hukum, seperti yang diatur dalam UUD 1945 Pasal 27 ayat (1) tentang kesetaraan warga negara dalam hukum. Hal ini menunjukkan pentingnya perlindungan hukum dalam transaksi *online* untuk menjaga keadilan dan keamanan bagi semua pihak.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Data diperoleh dari sumber hukum yang relevan, termasuk hukum positif perdata di Indonesia dan wawancara dengan individu terkait. Data sekunder diambil dari dokumen resmi yang diinventarisasi dan dicatat sesuai relevansinya dengan pokok masalah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis implikasi hukum dalam transaksi online untuk melindungi hak-hak semua pihak yang terlibat.

Penyedia jasa *e-commerce* memiliki peran penting dalam menangani kasus barang hilang dalam transaksi *online*, sesuai dengan regulasi platform dan Pasal 468 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang. Mereka bertanggung jawab atas barang yang dikirim, berfungsi sebagai jembatan antara penjual dan pembeli, serta menyediakan jasa asuransi pengiriman. Berdasarkan UU ITE Pasal 15 Ayat (1), *e-commerce* juga wajib memberikan kompensasi kepada pihak yang berhak. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang memastikan bahwa penjual dan pembeli dapat menerima kompensasi ganti rugi jika terjadi kehilangan atau kerusakan barang.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, e-commerce, konsumen, barang hilang*

ABSTRACT

Consumption is a basic human need for survival. The development of information technology has given rise to various telecommunications services and complex products, making society now dependent on online trading through marketplaces that replace traditional methods. Although e-commerce offers many advantages, there is also a risk of abuse by individuals who violate the law, as regulated in the 1945 Constitution Article 27 paragraph (1) concerning the equality of citizens before the law. This shows the importance of legal protection in online transactions to maintain fairness and security for all parties.

This research uses a sociological-legal approach. Data was obtained from relevant legal sources, including positive civil law in Indonesia and interviews with related individuals. Secondary data is taken from official documents that are inventoried and recorded according to their relevance to the main issue. This research aims to identify and analyze the legal implications in online transactions to protect the rights of all parties involved.

E-commerce service providers play an important role in handling cases of lost items in online transactions, in accordance with platform regulations and Article 468 of the Commercial Code. They are responsible for the shipped goods, serve as a bridge between the seller and the buyer, and provide shipping insurance services. Based on the ITE Law Article 15 Paragraph (1), e-commerce is also required to provide compensation to the entitled parties. Legal protection for businesses and consumers is regulated by Law Number 8 of 1999, which ensures that sellers and buyers can receive compensation for loss or damage to goods.

Keywords: *Legal Protection, e-commerce, consumers, lost goods*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“TIDAK ADA JALAN PINTAS MENUJU KESUKSESAN”

PERSEMBAHAN:

Alhamdulillah rabbi 'alamin, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT. Saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada seluruh keluarga saya. Terutama kepada orang tua saya yang selalu memberi dukungan dan doa yang tiada henti kepada saya, serta menjadi motivasi dan teladan saya dalam hidup. Selain itu, saya persembahkan skripsi ini kepada teman-teman saya yang telah menemani saya selama hampir 4 tahun berkuliah di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Terakhir saya persembahkan skripsi ini untuk Almamater dan Kampus Universitas Islam Sultan Agung Semarang.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA E-COMMERCE DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang 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 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Denny Suwondo, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

5. Dr. Muhammad Ngazis, S.H., M.H. selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Ida Musofiana, S.H., M.H selaku Sekretaris Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang
7. Dini Amalia Fitri, S.H., M.H. selaku Sekretaris Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung
8. Dr Ahmad Hadi Prayitno, SH., M.H. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam pembelajaran kuliah.
9. Dr. Aryani Witasari, SH., M.Hum. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
10. Dr. Arpangi, SH., M.H. selaku Ketua Penguji
11. Dr. Masrur Ridwan, S.H., M.H. selaku Anggota Penguji
12. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
13. Staf Administrasi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
14. Kedua orang tua saya, Bapak Bayu dan Ibu Sari, yang selalu tanpa henti mendoakan dan memberikan dukungan baik secara materi maupun moral, merupakan alasan utama saya dapat menyelesaikan penulisan ini.
15. Para narasumber yaitu Pak Chris dan Pak Reno Olih, yang telah membantu pengambilan data dalam skripsi ini.

16. Teman-teman saya khususnya Rafli, Luthfi, Okta, Nazwa, Lutviana, Roscoe, Azzura, Alifia yang telah menemani saya selama hampir 4 tahun berkuliah.
17. Teman-teman saya diluar kampus khususnya Jenachwan, Kiplination, When Yes Family, dan komunitas Symfiony yang telah menemani dan memberi dukungan serta motivasi selama pengerjaan skripsi ini.
18. Fiony Alveria Tantri dan seluruh member JKT48 yang telah memberi semangat selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi pada bidang Ilmu Hukum Pidana khususnya, dan ilmu pengetahuan secara umum.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 29 November 2024
Penulis



M. Raffly Adrian Prayogo
NIM: 30302100227

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Terminologi.....	11
1. Tinjauan Yuridis	11
2. Perlindungan Hukum.....	11
3. Pelaku Usaha.....	12
4. E-commerce.....	13
5. Konsumen.....	13
6. Barang Hilang.....	13
7. Transaksi Online.....	14
F. Metode Penelitian.....	14
1. Metode pendekatan	14
2. Spesifikasi penelitian	15
3. Sumber data penelitian	15
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
A. Tinjauan Umum Tentang Hukum UU ITE.....	20

1.	Pengertian Transaksi Online	20
2.	Landasan Hukum Transaksi Online.....	23
B.	Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	26
1.	Pengertian Konsumen	26
2.	Dasar Hukum Perlindungan Konsumen	28
3.	Hak-hak Konsumen.....	29
4.	Pengertian dan Kewajiban Pelaku Usaha	32
C.	Tinjauan Perlindungan Konsumen E-commerce Menurut Pandangan Hukum Islam	34
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
A.	Peran Para Pihak Penyedia Jasa <i>E-Commerce</i> Terhadap Kasus Barang Hilang Dalam Transaksi Online.....	37
B.	Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Dan Konsumen Terhadap Barang Hilang Dalam Transaksi Online.....	67
BAB IV PENUTUP		75
A.	Kesimpulan.....	75
B.	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		80
A.	Al Qur'an.....	80
B.	Buku	80
C.	Peraturan Perundang-Undangan	81
D.	Jurnal dan Karya Tulis Ilmiah	81
E.	Internet.....	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN		86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia tidak terlepas dari yang namanya mengkonsumsi. Di kehidupan sehari-hari manusia tentu memerlukan kebutuhannya untuk bertahan hidup. Kebutuhan untuk bertahan hidup tersebut dinamakan kebutuhan pokok atau dengan kata lain kebutuhan primer. Walaupun kebutuhan pokok adalah alasan utama manusia untuk mengkonsumsi, ada juga jenis kebutuhan lain yang memicu manusia untuk mengkonsumsi. Kebutuhan tersebut dibagi menjadi tiga yaitu Kebutuhan Primer, Kebutuhan Sekunder, dan Kebutuhan tersier. Kebutuhan-kebutuhan inilah yang mendorong manusia untuk mengkonsumsi. Konsumen-konsumen inilah yang memiliki peran penting dalam Masyarakat. Mulai dari perputaran roda ekonomi dunia, hingga menjaga kelangsungan hidup kelompok Masyarakat tersebut. Salah satu peristiwa sosial yang lekat terkait dengan konsumsi adalah jual beli.

Dalam setiap peristiwa jual beli, dibalik barang dan/atau jasa yang dikonsumsi pasti ada barang dan/atau jasa yang diproduksi. Manusia yang memproduksi barang dan/atau jasa ini disebut dengan istilah produsen. Selain konsumen, produsen juga tidak kalah penting dalam perannya di Masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari kita yang dipenuhi dengan peristiwa sosial jual beli, tidak akan ada barang yang bisa dibeli jika tidak

ada yang menciptakan barang tersebut. Dengan kata lain, produsen dan konsumen adalah komponen yang saling terikat dan melengkapi peran masing-masing dalam roda perekonomian dunia. Produsen sendiri memiliki beberapa pengertian dari berbagai sumber. “Menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Produsen adalah pelaku usaha yang membuat sebuah barang atau jasa. Menurut Wikipedia, produsen adalah penghasil barang ataupun jasa dalam sebuah bidang. Sedangkan menurut situs The Library of Economics and Liberty, produsen adalah orang yang memasok barang atau jasa”.¹ Ada dua jenis pelaku usaha, yaitu perseorangan dan badan usaha. Jika membicarakan konteks advokasi konsumen, yang relevan untuk dijadikan target advokasi adalah pelaku usaha yang merupakan dalam bentuk badan usaha. Namun, pelaku usaha perseorangan juga harus mendapat advokasi, karena dalam praktiknya pengusaha perseorangan terlihat sebagai pengusaha kecil dan lemah.²

Di zaman yang pesat sekali perkembangan di bidang teknologi ini, kita mungkin saja dapat melihat transisi perpindahan manusia dari revolusi industry 4.0 ke revolusi industry 5.0 dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Saat ini perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan munculnya berbagai jenis layanan (fungsi) fasilitas telekomunikasi yang ada, serta munculnya produk-produk teknologi

¹ Siti Marliah, “Produsen Adalah: Pengertian dan Perannya dalam Perekonomian”, https://www.gramedia.com/literasi/produsen/#Pengertian_Produsen di akses pada Selasa 10 Agustus, 2023 Pukul 13:33 WIB

² Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia, 2006, *Panduan Bantuan Hukum di Indonesia*, Sentralisme Production, Jakarta, hlm. 262

informasi yang semakin kompleks yang mampu menyatukan seluruh pembawa informasi.³ Fenomena munculnya layanan telekomunikasi ini dapat kita amati di keseharian, mulai dari ojek *online*, pembelian *online*, hingga perdagangan *online*. Sekarang masyarakat dunia bergantung pada perdagangan *online* menggunakan *Marketplace* yang menggantikan metode perdagangan tradisional tatap muka yang sudah ada sejak dulu. Ada juga layanan berupa platform transaksi *online* yang lebih luas yang disebut *e-commerce*. Bisa kita katakan bahwa *e-commerce* adalah sebuah istilah dalam dunia bisnis untuk melakukan transaksi melalui media elektronik atau sebuah *new business model* (model bisnis baru).⁴ *E-commerce* sendiri merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* yang merupakan istilah lebih luas untuk transaksi barang atau jasa melalui dalam jaringan atau *online*. Berbeda dengan *Marketplace*, *e-commerce* dikendalikan oleh perseorangan atau satu perusahaan yang memiliki kontrol penuh dalam operasional *online* mereka. Sebaliknya, operasional *online Marketplace* dikendalikan oleh berbagai penjual dan pelaku usaha dalam naungan satu Perusahaan *Marketplace* tersebut.

Dalam praktik perdagangan *online*, banyak pro dan kontra yang bisa kita temukan. Beberapa kelebihannya yang bisa kita titikbesarkan adalah kepraktisan dan keefisienan perdagangan *online*. Dalam praktik

³ Rahmadi Indra Tektona, "Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Transaksi ECommerce Berdasarkan Hukum Perdagangan Internasional", Jurnal Supremasi, Vol. 6, No. 2, (September, 2016), h. 13

⁴ Sriminarti, N., et al., 2024, *Buku Ajar E-Commerce*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi, hal. 8

perdagangan traditional, kita harus mengeluarkan tenaga atau bahkan uang untuk menuju pasar swalayan atau toko yang memiliki barang yang kita inginkan. Bahkan jika kita sudah sampai ke pasar atau toko tersebut, belum terjamin barang yang kita inginkan tersedia disana. Hal itu merupakan masalah kecil namun cukup sering sekali terjadi dalam praktik perdagangan tradisional. Dimana sebaliknya, perdagangan *online* melalui marketplace yang sering digunakan Masyarakat seperti Tokopedia atau Shopee sangat memperlancar proses perdagangan kita. Kita tidak perlu mengerahkan tenaga untuk membeli barang yang kita inginkan, kita hanya perlu duduk dirumah dan menelusuri marketplace untuk mencari barang yang kita mau. Apabila di salah satu toko *online* yang sering kita kunjungi barang tersebut habis, pasti masih banyak opsi-opsi toko *online* lainnya yang ada di marketplace tersebut. Bahkan ada promo-promo atau diskon yang sering kali diberikan tiap kita melakukan transaksi yang membuat total keseluruhan bersama dengan ongkos kirimnya lebih murah dari harga aslinya. Bukan hanya membuat perdagangan menjadi lebih efisien dan praktis, tapi juga bisa membuat kita lebih hemat dari biasanya.

Namun, dibalik semua kelebihan perdagangan *online* itu, ada kontra yang terdapat di dalamnya. Salah satu kontra yang paling sering kita temui adalah penyalahgunaan perdagangan *online* oleh oknum yang tidak bertanggung jawab yang melanggar UUD 1945 Pasal 27 ayat (1) yang berbunyi “Segala Warga Negara bersamaan kedudukannya di dalam Hukum dan Pemerintahan dan wajib menjunjung Hukum dan Pemerintahan itu

dengan tidak ada kecualinya”.⁵ Dalam perdagangan *online*, ada sebuah fitur yang memperbolehkan konsumen untuk membayar apabila barangnya sudah sampai di tempat tujuan atau biasa disebut *Cash on Delivery (COD)*. Fitur ini memudahkan para konsumen yang mungkin tidak memiliki *e-wallet* atau rekening bank secara *online* untuk melakukan transaksi jual beli. Namun fitur ini sering kali dipersalah gunakan oleh konsumen tidak bertanggung jawab. Kasus yang sering terjadi adalah barang yang sudah sampai tidak dibayar oleh pembeli namun barang yang masih dikemas tersebut sudah dibuka dan tidak dapat dikembalikan. Banyak sekali kasus viral seperti ini yang direkam oleh kurir pengantar paket perdagangan *online* dan di upload di media sosial.

Sebaliknya dari sisi produsen, tidak sedikit juga kasus dimana penjual *online* mengirimkan paket bodong atau kosong. Konsumen yang memesan produk A namun yang dikirim oleh penjual hanyalah sebuah kotak kosong atau bahkan hanya diisi dengan batu. Kasus seperti ini sering terjadi di marketplace yang tidak memiliki sistem return atau perdagangan yang tidak dinaungi perlindungan konsumen. Contoh, seperti *facebook marketplace* yang sistem jual belinya adalah perorangan. Orang-orang dengan bebas menjual barangnya dengan harga apapun dan orang yang ingin beli harus menghubungi penjual secara pribadi. Tidak ada perantara antara penjual dan pembeli sehingga banyak sekali celah penipuan dalam transaksi tersebut. Karena perdagangan *online* muncul tidak terlalu lama

⁵ Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945

dan banyak Masyarakat yang belum teredukasi dalam praktik transaksi *online*, penipuan kerap terjadi.

Tentunya hal-hal ini meresahkan masyarakat yang biasa melakukan perdagangan *online*. Masyarakat yang hanya tau alur perdagangan *online* sesuai aturan kini telah menyadari kalau ada celah dalam sistem perdagangan *online* dan memicu orang-orang tidak bertanggungjawab untuk memanfaatkan celah tersebut. Orang-orang yang hanya ingin melakukan transaksi *online* secara normal pun kini perlu lebih selektif dalam pemilihan *marketplace* atau toko *online* tempat mereka membeli barangnya. Banyak regulasi dan ketentuan yang dibuat oleh para *marketplace* dan *e-commerce* untuk mencegah masalah-masalah ini. Dan sejauh ini banyak regulasi yang berhasil mencegah orang-orang tidak bertanggungjawab untuk melakukan tindak kejahatan. Namun, ada satu masalah yang sampai saat ini masih sering terjadi. Bahkan regulasi para *marketplace* dan *e-commerce* masih tidak bisa mencegah masalah ini untuk terjadi. Masalah tersebut adalah kasus barang hilang dalam proses pengiriman ke pembeli. Barang hilang dalam pengiriman bisa terjadi karena berbagai faktor seperti kelalaian, musibah bencana alam, kecelakaan kerja, bahkan sampai motif penipuan. Kasus barang hilang ini sering berakhir dengan produsen merelakan barangnya yang hilang, dan *marketplace* mengembalikan dana milik pembeli.

Seperti contoh kasus yang terjadi pada ibu Laras Safira yang barang dagangannya tidak sampai kepada konsumen dan terpaksa menerima

kerugian sebesar Rp729.000 pada April 2023 lalu. Ibu Laras Safira adalah salah satu seller di *marketplace* Tokopedia yang mendapatkan pesanan dari tokonya di Surabaya ke Ubud, Bali dengan nomor pesanan **INV/20230410/MPL/3168201298**. Disaat ibu laras sedang menyiapkan produk dan menyetak resi dari Tokopedia, entah kenapa nomor resi JNT tidak dapat di-generate. Sedangkan Tokopedia tidak mengizinkan internal dropshipper, ibu laras terpaksa membuat resi gantinya di toko marketplace lain yaitu Shopee dengan resi **JP5903061797** agar barang pesannya bisa terkirim. Singkat cerita, resi di Shopee tidak ada masalah dan bergerak wajar sesuai *tracking number*. Lalu pada tanggal 12 April 2023 barang tersebut sudah sampai di Denpasar, tetapi tidak bergerak lagi. Ibu laras sudah mewajibkan asuransi di setiap produk yang ia jual. Seharusnya asuransi itu bisa digunakan apabila terjadi apa-apa terhadap barang dagangannya. Namun, saat ibu laras menghubungi pihak JNT pada tanggal 15 April, mereka hanya membuat laporan saja. Pihak JNT Denpasar baru mengecek CCTV gudang 2 minggu setelah ibu laras menghubungi mereka. Dimana pihak customer sudah complain kepada ibu laras karna barangnya tidak kunjung sampai. Ibu laras pun tidak mendapat kepastian dari JNT Denpasar tentang yang terjadi pada barangnya, dan barangnya dianggap hilang oleh Tokopedia karena tidak sampai-sampai. Karena dianggap hilang, ibu laras menggunakan klaim garansi barang hilang dari Tokopedia. Namun, karena ibu laras menggunakan resi di luar Tokopedia maka pihak Tokopedia tidak bisa menerima klaim asuransi barang hilang tersebut. Lalu ibu laras protes

mengapa kalau peraturannya begitu tidak langsung otomatis batal saat resinya tidak dapat keluar. Kalau seperti ini Tokopedia hanya menginginkan uang asuransinya saja dan tidak bertanggung jawab. Pihak JNT selaku jasa pengiriman juga tidak bertanggung jawab sama sekali.⁶

Tentunya ini tidak adil bagi pelaku usaha yang kehilangan barangnya. Penjual harus mengalami kerugian materiil sementara konsumen mendapatkan uangnya kembali. Tentu ini bisa diperdebatkan apakah kejadian seperti itu melanggar UU ITE Pasal 15 Ayat (1) yang berbunyi Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya.⁷ Pihak Marketplace harus bertanggung jawab atas kejadian yang terjadi di dalam platformnya. Dan kejelasan terhadap prosedurnya juga perlu diperhatikan yang telah diatur dalam UU ITE Pasal 16 huruf e yang dimana sebuah penyelenggara sistem elektronik harus memiliki mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kebaruan, kejelasan, dan kebertanggungjawaban prosedur atau petunjuk.⁸

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis memiliki ketertarikan untuk mengkaji dan mendalami tentang bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *e-commerce* dan konsumen di kasus barang hilang

⁶ Muhammad Ibrahim, Tokopedia dan JNT Menolak Klaim Barang Hilang yang Diasuransikan <https://infobanknews.com/tokopedia-dan-jnt-menolak-klaim-barang-hilang-yang-diasuransikan/> diakses 25 Agustus 2024 Pukul 16.13

⁷ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang *Informasi dan Transaksi elektronik*

⁸ *Ibid*, Pasal 16 huruf (e)

dalam transaksi *online*. Oleh karena itu dalam skripsi ini penulis mengambil topik dengan judul “TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA E-COMMERCE DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran para pihak penyedia jasa *E-commerce* terhadap terjadinya kasus barang hilang dalam transaksi online?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen terhadap barang hilang dalam transaksi online?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam skripsi hukum ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami Bagaimana peran para pihak penyedia jasa *E-commerce* dalam terjadinya kasus barang hilang dalam transaksi online?
2. Untuk mengetahui dan memahami Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen terhadap kasus barang hilang dalam transaksi online?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat sebagaimana berikut:

1. kegunaan teoritis

Penelitian ini dapat berguna dalam ilmu pengetahuan di bidang hukum pada umumnya serta hukum perdata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penelitian dalam menambah wawasan mengenai penegakan hukum perdata terhadap perlindungan hukum pelaku usaha dan konsumen *marketplace/e-commerce*. Penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan penelitian di bidang hukum perdata khususnya mengenai penegakan hukum terhadap perlindungan hukum pelaku usaha dan konsumen *marketplace/e-commerce*

2. Kegunaan praktis

- a. Dapat mengembangkan kesadaran khususnya Masyarakat pada umumnya terhadap segala haknya sebagai pelaku usaha dan/atau konsumen transaksi *online* dalam hukum yang berlaku di Negara Indonesia sehingga mengerti tahap-tahap yang perlu diambil untuk menangani kasus barang hilang.
- b. Menambah wawasan pemikiran kepada pihak-pihak terkait agar tereduksi mengenai penegakan hukum

- c. Dapat memberi masukan pada mereka yang tertarik melakukan penelitian ini

E. Terminologi

Terminologi adalah suatu upaya untuk menjelaskan pengertian dari suatu istilah, kemudian memperjelaskan sehingga tidak menyeleweng dari pengertian yang sebenarnya. Judul penulisan ini adalah “Tinjauan Yuridis Pada Perlindungan Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Dan Konsumen Terhadap Barang Hilang Dalam Transaksi Online”

1. Tinjauan Yuridis

Tinjauan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah penyidikan dalam suatu peristiwa (perbuatan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Sedangkan Yuridis menurut kamus hukum dimaknai menurut hukum, secara hukum atau dari segi hukum. Sehingga dapat ditarik benang merah bahwa tinjauan yuridis adalah suatu kegiatan mempelajari, mengamati, dan melihat suatu objek dari segi hukum atau secara hukum.

2. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo, adalah memberikan pengayoman terhadap terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada Masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁹ Konsep negara hukum adalah perlindungan

⁹ Philipus M. Hadjon, 2011, Pengantar Hukum Administrasi Indonesia, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, h.10

hukum. Perlindungan hukum preventif dan represif pada dasarnya adalah dua jenis perlindungan hukum. Perlindungan hukum preventif berfungsi sebagai pencegahan. Perlindungan hukum preventif sangat penting untuk tindakan pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena itu mendorong pemerintah untuk bersikap hati-hati saat membuat keputusan.

Perundang-undangan memberikan perlindungan preventif untuk mencegah pelanggaran dan membatasi kewajiban. Perlindungan Hukum Represif digunakan untuk menyelesaikan sengketa yang muncul sebagai hasil dari pelanggaran. Perlindungan terakhir ini memberikan sanksi terhadap pelanggaran yang telah dilakukan.

3. Pelaku Usaha

Dalam Pasal 1 No. 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 58 Tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, dijelaskan bahwa “pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.¹⁰

¹⁰ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

4. E-commerce

E-commerce adalah penyebaran, penjualan, pembelian, serta pemasaran barang atau jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, TV, atau jaringan teknologi lainnya. Pada intinya adalah segala kegiatan ekonomi yang dilakukan secara online bisa termasuk dalam *e-commerce*.¹¹

5. Konsumen

Dalam Pasal 1 No. 2 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 58 Tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, dijelaskan bahwa “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”¹²

6. Barang Hilang

Barang menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.¹³ Barang hilang atau produk hilang adalah berkurangnya satuan unit produk yang terjadi secara alami

¹¹ Muhammad Idris, Apa Itu Marketplace dan Bedanya dengan Toko Online Maupun E-Commerce? <https://money.kompas.com/read/2021/09/29/134757926/apa-itu-marketplace-dan-bedanya-dengan-toko-online-maupun-e-commerce?page=all> diakses tanggal 19 agustus 2024 pkl. 15.50.

¹² *Op. Cit.*, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

¹³ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

dan tidak bisa dihindarkan. Dalam konteks skripsi ini, barang hilang yang dimaksud adalah barang yang tanpa/dengan keterangan tidak sampai ke konsumen dalam proses pengiriman.

7. Transaksi Online

Dalam Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, transaksi jual beli sebagai perjanjian antara penjual dan pembeli di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu.¹⁴ Transaksi online berarti hal yang diatur diatas namun dilaksanakan secara online. Menurut Pasal 1 angka 2 UU ITE Transaksi Online adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.¹⁵

F. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu sarana bagi pengembangan pengetahuan dan teknologi, sehingga metode penerapan harus sesuai dengan ilmu pengetahuan dan ibyek yang diteliti. Untuk memperoleh data yang relevan dengan pembahasan proposal ini digunakan untuk metode penelitian sebagai berikut:

1. Metode pendekatan

Penelitian ini difokuskan pada masalah pokok yaitu berupa implikasi perlindungan hukum pelaku usaha e-commerce dan konsumen dalam transaksi

¹⁴ 'Belanja Online Tapi Barang Tidak Sampai, Tanggung Jawab Siapa?', <https://smartlegal.id/galeri-hukum/perindungan-konsumen/2021/11/04/belanja-online-tapi-barang-tidak-sampai-tanggung-jawab-siapa/> diakses 21 Oktober 2024 pkl. 21.23

¹⁵ *Op. Cit.*, Pasal 1 angka 2

online terhadap barang hilang, pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah Yuridis Sosiologis.

Pengertian yuridis sosiologis yang juga disebut sebagai penelitian hukum normatif-terapan, adalah penelitian hukum yang melihat bagaimana ketentuan hukum positif (perundang-undangan) dan kontrak diterapkan pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi di masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁶

2. Spesifikasi penelitian

Spesifikasi penelitian yang dipergunakan ialah deskripsi Tinjauan. Sehingga dalam penelitian ini Tinjauan tidak keluar dari lingkup sampel bersifat deduktif berdasarkan teori atau dan sifat umum diaplikasikan guna menjelaskan menunjukkan data perbandingan atau hubungan satu data dengan data yang lainya. Hal tersebut mempunyai tujuan untuk membuat suatu gambaran tetntang suatu keadaan objektif dalam situasi, penelitian ini menghasilkan uraikan atau menggambarkan mengenai penerapan alur hukum yang benar bagi korban barang hilang dalam transaksi online.

3. Sumber data penelitian

Adapun yang menjadi sumber data penelitian ini adalah :

¹⁶ Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram, hlm. 29

a. Data primer

Data merupakan data yang didapatkan dari sumber hukum yang diteliti secara langsung dan yang berwenang memberikan informasi terkait masalah yang diteliti. Sumber data primer adalah Hukum Positif Perdata di Indonesia dan tindakan orang yang diamati atau diwawancara.

Adapun menjadi objek dalam sumber ini yaitu diperoleh dari pelaku usaha *e-commerce* dan konsumen yang mengalami barang hilang dalam transaksi online. Pihak tersebut dipilih penulis dengan alasan karena pihak pihak tersebut relevan dengan penelitian dan berguna untuk memenuhi kevalidan skripsi

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari inventasi dokumen-dokumen secara resmi kemudian dicatat menurut relevansinya dari pokok masalah yang dipelajari. Selain kata kata dan tindakan sebagai sumber data utama diperlukan juga data data tambahan seperti dokumen dan lain lain sebagai data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini terdiri atas I bahan hukum primer, II bahan hukum sekunder, serta III bahan hukum tersier, yaitu:

- 1) Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoratif artinya mempunyai otoritas. Terdiri dari:
 - a) Undang-undang dasar republik indonesia 1945
 - b) Kitab undang undang hukum perdata
 - c) Kitab undang-undang hukum acara perdata

- d) Wawancara dengan pihak terkait.
- 2) Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang terdiri dari atas buku-buku teks (*text books*) yang ditulis para ahli hukum yang berpengaruh (*de herseendee leer*), semua pihak publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen resmi, termasuk skripsi, tesis, disertasi hukum dan jurnal hukum.
 - 3) Bahan hukum terseier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, terdiri dari kamus hukum dan kamus besar bahasa Indonesia.
 - 4) Metode Pengumpulan Data
 - a) Studi dokumentasi

Memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini yang mempunyai hubungan langsung dengan permasalahan yang akan dibahas, peneliti mengumpulkan data tertulis melalui arsip arsip (berkas perkara perdata) termasuk buku-buku tentang pendapat, teori atau buku hukum yang berhubungan dengan tema penelitian ini. Adapun data seperti perputaran produk *e-commerce* oleh pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi online.

b) Studi Lapangan

Teknik dokumentasi yang dilakukan secara langsung dengan wawancara, dapat disimpulkan bahwa metode wawancara adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung peneliti dengan narasumber data.

(1) Lokasi penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan wawancara via online melalui aplikasi zoom dengan narasumber yaitu pelaku usaha *e-commerce* yang pernah mengalami barang hilang (Pemilik toko online “Big Deal 48”), dan kepala Lion Parcel Denpasar Pusat.

(2) Analisi data kualitatif

Data yang disusun secara sistematis, logis, dan yuridis guna mendapatkan gambaran umum dari obyek penelitian, dari obyek penelitian tersebut di Tinjauan dengan metode deskripsi.

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mudah dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika dalam penulisan skripsi dengan empat (4) Bab yakni sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian dan sistematika penelitian

BAB II: TINJUAN PUSTAKA

Dalam bab ini meliputi: Tinjauan umum tentang hukum UU ITE, tentang hukum perlindungan konsumen, regulasi berbagai *e-commerce* dalam melakukan transaksi online, dan transaksi *online* menurut pandangan hukum islam.

BAB III: HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai penerapan hukum terhadap para pihak korban kerugian barang hilang dalam transaksi online, tinjauan yuridis terhadap barang hilang dalam transaksi online, dan prosedur hukum yang perlu diambil oleh pelaku usaha *e-commerce* dan konsumen terhadap barang hilang dalam transaksi online

BAB IV: PENUTUP

Dalam bab ini penulisan menjelaskan kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Hukum UU ITE

1. Pengertian Transaksi Online

Transaksi Online diatur dalam konstitusi negara, lebih tepatnya dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, dan UU No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008. Dalam Pasal 1 Ayat (2) dijelaskan bahwa Transaksi online adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.¹⁷ Transaksi online sendiri bisa kita artikan sebagai salah satu efek dari revolusi industri 4.0 yang merupakan metode digital untuk mengubah transaksi tunai menjadi nontunai atau sekarang sering kita sebut *cashless*. Teknologi informasi telah memainkan peran penting dalam mengubah lanskap industri dan perkembangan bisnis di era Revolusi 4.0, terutama dalam hal bagaimana karyawan industri dapat menggunakan teknologi untuk lebih efisien dalam pekerjaan mereka.¹⁸ Salah satu peristiwa yang memicu maraknya penggunaan transaksi online adalah pada saat COVID-19 melanda seluruh dunia. Menurut data Indonesia, penggunaan transaksi online meningkat secara signifikan setiap harinya dari tahun 2021 sampai dengan 2023. Transaksi online melonjak 84,15% dari tahun

¹⁷Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, *Op. Cit.*, Pasal 1 Ayat (2)

¹⁸ Amir, N. H., et. Al., 2023, *Perilaku Konsumen Dalam Era E-Commerce*, CV. Intelektual Manifes Media, hlm. 5

sebelumnya, menurut data Bank Indonesia.¹⁹ Digitalisasi transaksi ini terus didorong guna meningkatkan efisiensi transaksi moneter dan keuangan, mempertahankan momentum pemulihan ekonomi setelah pandemi Covid-19, dan memperluas ekosistem ekonomi dan keuangan digital (EKD) di seluruh negeri.

Dalam situs web resminya, Bank Indonesia menyatakan bahwa mereka telah mencapai tujuannya dengan memperluas transaksi QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*), memperluas kerja sama QR Indonesia-Malaysia, meningkatkan stabilitas sistem, menambahkan fitur, dan mendukung BI-FAST. Menurut data Bank Indonesia per Juni 2023, QRIS telah mencapai 26,7 juta merchant, dengan 91,4% dari jumlah itu adalah UMKM.²⁰ Karena keamanan yang ditawarkan dan telah dilindungi oleh Lembaga keuangan resmi di Indonesia, transaksi jenis ini semakin disukai oleh banyak orang saat ini. Sebagian besar orang menggunakan dompet digital atau *e-wallet* ini untuk melakukan transaksi. Beberapa yang terkenal di Indonesia adalah Go-pay, Shopeepay, Dana, OVO, Jenius, dan masih banyak lagi.

Layanan transaksi online juga ada berbagai macam, jenis-jenis transaksi online antara lain:

a. E-Wallet

E-wallet atau dompet digital dapat diartikan sebagai uang yang digunakan dengan telepon genggam (*handphone*) melalui jaringan internet. Pembayaran

¹⁹ Mengenal Transaksi Elektronik <https://kemlagi.mojokertokab.go.id/detail-artikel/mengenal-transaksi-elektronik-1695783199#> diakses 10 September 2024 pukul 16.10

²⁰ Erwin Haryono, Atas Kontribusinya Akselerasi Digitalisasi di Masyarakat, QRIS Raih Penghargaan Internasional https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2521123.aspx diakses 10 September 2024 pukul 16.22

digital saat ini menjadi kebutuhan Masyarakat karena inovasi pembayaran non tunai yang berkembang pesat. Pada tahun 2014, Bank Indonesia melakukan sosialisasi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Tujuannya adalah untuk menciptakan Masyarakat yang tidak menggunakan uang untuk menggunakan instrument non-tunai dalam kegiatan ekonomi sehari-hari.²¹

b. E-Money

Electronic Money atau *e-money* adalah layanan perbankan modern yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai tugas dilakukan dengan cepat, tepat, dan akurat. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan produktivitas.²² *e-money* juga bukan sebuah jenis uang baru. Namun, hanya merupakan suatu produk yang menawarkan layanan akses pembayaran di mana pelanggan diminta oleh penyedia produk untuk melakukan Tindakan tertentu, seperti melakukan *tap*, gesek, atau memasukkan kata sandi dan akun *log in* mereka untuk memindahkan uang dari akun pemilik produk ke akun penjual.²³

c. Mobile Banking

Mobile Banking atau biasa dikenal sebagai *M-Banking*, *SMS Banking*, dan lain-lain, adalah terminal yang digunakan untuk melakukan pemeriksaan keuangan, pembayaran, dan transaksi lainnya. Dengan menggunakan alat bergerak seperti

²¹ Rangkuty, D., 2021, *Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia?*, UNUSIA CONFERENCE, Vol. 1, No. 1, hlm. 253.

²² Choiril Anam, 2018, *E-MONEY (UANG ELEKTRONIK) DALAM PERSPEKTIF HUKUM SYARI'AH*, *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, Vol. 2, No. 1, hlm. 98

²³ Firdaus, M. R, 2018, *E-Money dalam perspektif hukum ekonomi syariah*, *Jurnal Tahkim*, Vol. 12, No.1, Hlm. 149

mobile banking, layanan *mobile banking* biasanya ditawarkan melalui SMS atau *mobile internet*. Layanan *mobile banking* adalah pengembangan dari layanan *internet banking* yang menghubungkan bank dengan nasabahnya dari jarak jauh melalui jaringan internet.²⁴

d. QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS yang dikembangkan oleh industry sistem pembayaran Bersama dengan Bank Indonesia, untuk membuat proses transaksi dengan QR Code lebih mudah, cepat, dan aman. Untuk menggunakan QR code pembayaran, semua penyelenggara jasa sistem pembayaran harus menggunakan QRIS. QRIS adalah standar kode QR untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI).²⁵

2. Landasan Hukum Transaksi Online

Dengan kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi saat ini, semakin mudah bagi Masyarakat untuk menyampaikan dan menerima informasi. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses komunikasi tanpa adanya batasan jarak ruang, dan waktu. Dengan kemajuan teknologi tersebut Masyarakat juga harus

²⁴ Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P., 2021, *Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI*, *Jurnal Informatika Kesatuan*, Vol. 1, No. 1, Hlm. 44

²⁵ Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M., 2022, *Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar*, *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, Vol 4, No. 1, Hlm. 26

mampu mengikuti perkembangan yang sedang terjadi. Kemajuan teknologi modern tidak hanya untuk tujuan menjalin komunikasi dan berinteraksi, tetapi juga menghasilkan jaringan bisnis global yang tak terbatas. Jaringan bisnis yang dimaksudkan untuk aktivitas perdagangan online.²⁶ Perdagangan online atau Transaksi online sendiri memerlukan landasan hukum konkrit yang masuk ke dalam konstitusi negara, agar tidak disalahgunakan oleh oknum-oknum tidak bertanggungjawab.

Berbagai aspek informasi dan transaksi online di Indonesia diatur oleh Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi online yang kemudian direvisi dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016.²⁷ Seiring kemajuan teknologi, UU ITE menjadi semakin penting untuk memastikan keamanan dan penggunaan ruang siber yang tepat. Buku “Pengantar Teknologi Informasi” menyatakan bahwa internasionalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi telekomunikasi menyebabkan lahirnya UU ITE. Cara kita melihat dan mengendalikan telekomunikasi dipengaruhi oleh perubahan ini. UU ITE melindungi dari berbagai aktivitas yang menggunakan internet, seperti mendapatkan informasi dan melakukan transaksi. Selain itu, U ITE menjelaskan sanksi yang akan dikenakan kepada individu yang menyalahgunakan internet, seperti melakukan pelanggaran hukum atau menyebarkan berita palsu.²⁸

²⁶ Rahmanto, T. Y., Kav, J. H. R. S., & Kuningan, J. S., 2019, *Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik*, Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol. 19 No. 1, hlm. 32

²⁷ Rio Christiawan, 2021, *Aspek Hukum Startup*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 210

²⁸ Nasution, R., Rizal, F., Tarigan, S. P., Nugroho, O. S., Hayati, W., & Erma, Z., 2024, *Sosialisasi Penerapan Hukum Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Manfaat dan*

Dalam UU ITE dijelaskan lebih rinci dalam BAB V tentang Transaksi Elektronik. Dalam konteks skripsi ini kita dapat mengambil contoh Pasal 21 UU ITE ayat (2) yang berbunyi “pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sebagai berikut:

- a. Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi;
- b. Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
- c. Jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.”²⁹

Dan dalam kasus barang hilang dalam transaksi online, apabila barang hilang disebabkan oleh kelalaian pihak ekspedisi sebagai pihak ketiga, diatur juga dalam Pasal 21 ayat (3) yang berbunyi “Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap Sistem Elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik”³⁰. Namun, seringkali hal ini terabaikan karena adanya regulasi masing-masing dari pihak e-commerce yang mengadakan layanan transaksi online tersebut. Hal tersebut disebabkan juga oleh engganannya korban

Perbuatan yang Dilarang Serta Hal-Hal yang Diatur Didalamnya, JURNAL ABDIMAS UPMI, Vol. 3, No.2, hlm. 38

²⁹ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, *Op. Cit.*, Pasal 21 Ayat (2)

³⁰ *Ibid*, Pasal 21 Ayat (3)

penipuan online untuk melaporkan kepada pihak penegak hukum, serta penipuan online ini masih dikategorikan sebagai jenis delik biasa.³¹

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Pengertian konsumen apabila kita kutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya). Apa yang dimaksud dengan konsumen juga bisa berarti sebagai pemakai jasa.³² Secara konstitusional, pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 Angka 2 yang menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³³ Istilah "konsumen" berasal dari bahasa Inggris-Amerika "consumer" atau "consument/konsument" (bahasa Belanda). "Orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang" adalah definisi harfiah dari konsep ini.³⁴

³¹ Rahmanto, T. Y., Kav, J. H. R. S., & Kuningan, J. S., 2019, *Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik*, Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol. 19 No. 1, hlm. 34

³² Badan Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). Konsumen. In Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka. <https://kbbi.web.id/Konsumen> diakses 10 September 2024 pkl. 20.14

³³ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, *Op. Cit*, pasal 1

³⁴ Lestari, Tri Rahayu, 2017, "Hubungan Antara Perilaku Konsumen Dengan Minat Membeli Produk di Wardah Beauty House Medan", Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Medan, hlm. 10.

Beberapa ahli sempat memberikan pendapatnya tentang definisi konsumen. Berikut adalah pengertian konsumen menurut para ahli:

a. Menurut A.Z. Nasution

Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa digunakan untuk tujuan tertentu³⁵

b. Menurut Philip Kotler

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi³⁶

Konsumen merupakan faktor penting di dalam perusahaan, karena dengan adanya konsumen maka perusahaan dapat menjual, memasarkan dan menawarkan produknya. Dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999, dijelaskan lebih lanjut bahwa di dalam kepustakaan ekonomi ada istilah konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Sedangkan Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk.

Pembeli juga berasal dari kata “koper”, merupakan istilah lain yang dekat dengan konsumen. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengandung istilah ini. Persepsi pelanggan jelas lebih luas daripada pembeli. Komprehensif konsumen digambarkan dengan mudah oleh mantan Presiden Amerika John F. Kennedy,

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 25.

³⁶ Philip Kotler, 1980, *Principles of Marketing*, Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs, New Jersey, hlm. 267-268.

pemimpin organisasi, menyatakan, "konsumen oleh definisi mencakup semua orang".³⁷

2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan ide yang timbul dari fakta bahwa posisi konsumen lebih lemah daripada pelaku usaha. Hal tersebut adalah dasar dari konsep perlindungan konsumen. Seseorang harus dilindungi sebagai bentuk proteksi yang diberikan kepada pihak yang lemah. Karena tujuan hukum adalah memberikan perlindungan dan pengayoman kepada warga masyarakat, bentuk perlindungan yang diberikan kepada pihak yang lemah, termasuk konsumen. Inosentius Syamsul mengusulkan bahwa undang-undang perlindungan konsumen adalah peraturan yang ditetapkan oleh undang-undang dan perundang-undangan tambahan selain keputusan hakim yang Substansinya diatur untuk kepentingan konsumen.³⁸ Karena hubungannya dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan di era modern saat ini, sangat penting untuk menegakkan perlindungan konsumen.³⁹

Menurut Az. Nasution, hubungan antara status sosial ekonomi, daya saing, dan tingkat pendidikan memengaruhi hukum konsumen.⁴⁰ Perlindungan Hukum Konsumen sendiri diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1, Perlindungan konsumen adalah segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk

³⁷ Panjaitan H., 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jala Permata Aksara, Jakarta, hlm. 74

³⁸ *Ibid*, hlm. 82

³⁹ Hasanul Mulkan et al., 2024, *Pengantar Hukum Bisnis*, Kencana, Jakarta, hlm. 53

⁴⁰ Suyanto, et al. 2024, *Aspek Hukum Dalam Perekonomian*, Academia Publication, Lamongan, hlm. 88

memberi perlindungan kepada konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur secara spesifik tentang hak-hak konsumen dan larangan-larangan pelaku usaha. Selain UUPK, perlindungan konsumen diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Pada Pasal 1 angka 1 dijelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen juga diatur dalam Pasal 8 Ayat (1), yang menjelaskan bahwa pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/jasa, pencantuman label dan klausula baku, serta pelayanan purna jual barang dan/jasa.

3. Hak-hak Konsumen

Konsumen seringkali berada dalam posisi yang tidak menguntungkan dan daya tawar yang rendah, tetapi pasal-pasal UU Nomor 8 Tahun 1999 mengatur hak-hak pelaku usaha dan konsumen. Ini disebabkan oleh ketidakmampuan mereka untuk memahami hak-hak mereka, yang terkadang mereka anggap sebagai masalah biasa. Untuk lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat adalah lembaga yang secara alami mampu memperjuangkan hak-hak konsumen.⁴¹ Adapun hak-hak

⁴¹ Alfina Maharani & Adnand Darya Dzikra, 2021, *Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan konsumen di indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan pelaku usaha*, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 2, No. 6, hlm. 663.

Konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, hak-hak konsumen adalah:

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

9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁴²

Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union-IOCU*) juga menambahkan beberapa hak dasar konsumen yang perlu kita lindungi, yaitu:

1. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
2. Hak untuk memperoleh ganti rugi
3. Hak untuk memperoleh Pendidikan konsumen
4. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.⁴³

Kebijakan informasi komplementer tidak cukup untuk memberikan perlindungan kepada konsumen; kebijakan kompensasi juga harus disertakan untuk mengurangi risiko yang ditanggung konsumen. Misalnya, dengan menghentikan produk berbahaya untuk dijual sebelum lulus pengujian⁴⁴. Konsumen juga harus memiliki dan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, dan kemampuan untuk melindungi diri mereka sendiri. Sangat penting untuk menyebarkan undang-undang perlindungan konsumen kepada masyarakat tingkat bawah dan berpendidikan rendah. Karena ketidakhahaman konsumen pasti akan menyebabkan masalah-masalah kerugian.

⁴² Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, *Op. Cit.*, pasal 4

⁴³ Rinda Prima P., 2023, *Hukum Pidana Ekonomi*, Eureka Media Aksara, Purbalingga, hlm. 51

⁴⁴ Zulham, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, hlm. 50

4. Pengertian dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam terminologi yang lain, pelaku usaha juga disebut sebagai produsen. Istilah ini berasal dari kata "*producent*" dalam bahasa Belanda, yang berarti "pembuat", dan dalam bahasa Inggris "*producer*" yang berarti "penghasil". Dalam istilah lain, "produsen" juga disebut sebagai "pelaku usaha" atau "pengusaha". Produsen sering disebut sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa, sehingga juga disebut sebagai penghasil produk. Dalam arti ini, produsen atau pengusaha atau penghasil produk di atas termasuk grosir, laveransir, pengecer, dan bahkan pembuat atau penghasil produk. Yaitu, setiap individu atau organisasi yang bertanggung jawab untuk menyediakan barang dan jasa untuk konsumen.⁴⁵

Pelaku usaha juga dijelaskan dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berbunyi Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Adanya pelaksanaan UUPK tidak dimaksudkan untuk menyempitkan ruang jalan para pelaku usaha, tetapi timbal balik ini para pelaku usaha dapat menjadikan UUPK menjadi pedoman atau ukuran Tingkat kualitas antar pesaing usaha. Selain itu, hak pelaku usaha dirumuskan dalam Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

⁴⁵ Pandjaitan H., *Op Cit.*, hlm. 78

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

Adapun sesuai pasal 7, merumuskan kewajiban pelaku usaha adalah:

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁴⁶

C. Tinjauan Perlindungan Konsumen E-commerce Menurut Pandangan Hukum Islam

Al Qur'an telah menetapkan standar konsumsi Islam sebagai baik dan halal dalam QS Al-Baqarah ayat 168 berikut

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
جامعته سلطان أبجوع الإسلامية

Artinya: *“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagibaik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”*

خ

,

ط

,

⁴⁶ Alexander Thian, 2022, *Hukum Bisnis*, Penerbit ANDI, Yogyakarta, hlm. 425-426

⁴⁷ QS Al Baqarah: 168

,

ع

minuman yang diharamkan dalam Islam. Untuk *thoyyib* atau, sesuatu yang "baik" dalam arti kesehatan, keamanan, kelezatan, nilai gizi, estetika, dan aspek lainnya dikembalikan kepada manusia, dan merupakan hak manusia untuk menetakannya.⁴⁸ Dalam ekonomi Islam, *e-commerce* sebanding dengan *bai' as-salam* dalam hal pembayaran yang disegerakan dan penyerahannya yang ditangguhkan. Dalam hukum Islam, prinsip *e-commerce* diizinkan asalkan transaksi tersebut tidak melibatkan *gharar*, *riba*, atau *maysir*. Dalam transaksi *e-commerce*, setelah pembeli merasa barang yang dibutuhkannya memenuhi kebutuhannya, mereka akan membayar jumlah yang telah disepakati. Penjual mengemas barang dan mengirimkannya kepada pembeli jika pembayaran sudah lunas. Ini dapat dilakukan oleh penjual sendiri atau melalui jasa pengiriman barang seperti JnE, JnT, dan sebagainya. Seperti transaksi secara langsung, *e-commerce* memiliki tiga komponen: pihak yang bertransaksi, barang atau jasa yang akan diperjualbelikan, dan bentuk transaksi.⁴⁹

Sejauh yang kita ketahui, transaksi *e-commerce* telah digunakan oleh banyak orang, baik muslim maupun non-muslim. Produksi, distribusi, pemasaran, dan penawaran adalah semua contoh hubungan hukum antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan.⁵⁰ Untuk mendapatkan keuntungan, baik pembeli maupun penjual harus mengacu pada hukum yang sudah ada. Bagi seorang muslim, hukum

⁴⁸ Ashabul Kahpi, 2018, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia, Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum*, Vol. 5, No. 1, hlm. 2

⁴⁹ Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Saputra, P. A. A., 2022, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: suatu Perspektif Hukum Islam, Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, hlm. 46.

⁵⁰ Zulham, 2018, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, Kencana, Jakarta, hlm. 22

Islam ialah seperangkat aturan yang digunakan untuk melindungi kepentingan manusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk transaksi e-commerce yang Namun, UU Nomor 8 tahun 1999 mengatur perlindungan konsumen (UUPK) di Indonesia.⁵¹ Selain itu, pasal 27 UUPK mengatur beberapa kewajiban pelaku usaha, yang menunjukkan bahwa konsekuensi negatif dari kewajiban-kewajiban tersebut hanya akan mengikutkan dua belah pihak, yaitu konsumen dan pelaku usaha, jika terjadi pelanggaran. Dalam konteks etika Islam di bidang bisnis, memenuhi atau melanggar suatu kewajiban harus dipertimbangkan dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk kedua belah pihak bisnis dan konsumen serta hubungan agama dan sosial.⁵²



⁵¹ *Ibid*, hlm. 48

⁵² Yusri, M., 2011, *Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam*, *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, Vol. 7, No. 1, hlm. 366.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peran Para Pihak Penyedia Jasa *E-Commerce* Terhadap Kasus Barang Hilang Dalam Transaksi Online

Mengetahui peran para pihak penyedia jasa *e-commerce* terhadap kasus barang hilang dalam transaksi online sangatlah penting. Kita perlu mengetahui peran para pihak agar mengerti siapa saja yang dapat kita anggap bertanggungjawab apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dalam transaksi online, seperti hilangnya barang dalam pengiriman. Para pihak yang terlibat dalam transaksi online bukan hanya pembeli dan penjual, namun para penyedia jasa seperti pihak *e-commerce* itu sendiri dan para mitra *e-commerce* tersebut. Salah satu mitra yang berperan penting dalam menjaga keamanan barang untuk diberikan kepada pembeli adalah pihak ekspedisi/penyedia jasa pengiriman logistik. Bukan hanya menjaga keamanan barang, mereka yang bertanggungjawab sepenuhnya untuk melakukan pengiriman dari pihak penjual kepada pembeli. Karena menurut jaminan yang diberikan oleh Undang-Undang No.8 Tahun 1999, dengan merumuskan beberapa pasal yang berisi tentang tanggung jawab pelaku usaha dapat disimpulkan dengan kalimat sederhana “siapa yang melakukan, dia yang harus bertanggung jawab”.⁵³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Reno Ollie selaku kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, beliau menyatakan bahwa saat ini spesifiknya sejak

⁵³ Andika Wijaya, 2016, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 113

Pandemi COVID-19 yang lalu, banyak sekali Masyarakat Indonesia yang berbelanja online di platform *e-commerce*. Pak Reno sendiri sudah bekerja di industri penyedia jasa pengiriman logistik selama 12 tahun. Perkerjaannya mencakup handling barang dari luar kota ke Pulau Bali dan pengiriman barang dari Pulau Bali ke seluruh Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Pak Reno menyatakan bahwa barang hilang adalah hal yang tidak dapat dihindari karena banyaknya barang yang berada dalam ekosistem pengiriman logistik, maupun itu kiriman dari transaksi online via *e-commerce* maupun kiriman individual.⁵⁴ Lion Parcel Denpasar Pusat sendiri sering mendapatkan paket kiriman dari transaksi online *e-commerce*. “Sebenarnya kalau dilihat saja itu 50:50, cuman kalau by data yang saya buka itu lebih banyak dari belanja *e-commerce*” ujar Pak Reno dalam wawancara. Pengiriman barang dari transaksi *e-commerce* bisa mencapai 60% dari pengiriman yang dihandle oleh ekspedisi.⁵⁵ Lion Parcel secara umum sedang menjalani Kerjasama dengan 2 platform *e-commerce* yaitu Shopee dan Tokopedia. Dari kedua platform *e-commerce* tersebut, kontrak Kerjasama dengan pihak Lion Parcel berbeda. Dengan pihak Shopee sendiri, Lion Parcel hanya berperan menjadi *Middle Mail* yang berarti mengirimkan barang yang ada di mereka ke kantor milik Shopee atau *Shopee Express (SPX)*.⁵⁶ Berbeda dengan Tokopedia, Lion Parcel berperan sebagai *Last Mail* yang berarti mereka mengirimkan langsung ke tujuan

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Reno, sebagai Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, pada 22 Oktober 2024

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Reno, sebagai Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, pada 22 Oktober 2024

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Reno, sebagai Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, pada 22 Oktober 2024

akhir yaitu alamat pembeli. Secara *Standard Operational Procedure* (SOP) dari Lion Parcel, proses distribusi barang yang dilakukan ada beberapa jenis. Salah satunya adalah dengan cara *pickup* (pengambilan) ke gudang *e-commerce* yang ada di Bali. Selain itu, Lion Parcel Denpasar Pusat juga memiliki cabang yang menjadi penyedia jasa Gudang yang berisikan barang-barang penjual (mayoritas penjual Tokopedia). Jadi apabila ada orderan masuk, pihak Lion Parcel Denpasar Pusat akan melakukan packing barang dari Gudang tersebut dan langsung mengirimkannya ke alamat yang dituju. Selain kerjasama dengan pihak *e-commerce*, Lion Parcel Denpasar Pusat juga bekerjasama dengan ekspedisi lain seperti SiCepat dan iDexpress terkait pengambilan barang dari penjual ke Gudang mereka yang kemudian dikirimkan ke daerah tujuan.⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Reno, regulasi untuk barang hilang dari transaksi online *e-commerce* adalah sesuai dengan kerjasama antar *e-commerce* dengan pihak penyedia jasa layanan logistik. Karena Lion Parcel telah bekerjasama dengan Tokopedia sebagai *Last Mail*, apabila ada komplain mengenai barang yang hilang maka semua komunikasi diperantarai oleh Tokopedia. Pihak Lion Parcel tidak akan berkomunikasi secara langsung dengan penjual maupun pembeli karena yang menyediakan jasa asuransi adalah Tokopedianya langsung. Tokopedia menyediakan jasa asuransi untuk keamanan barang yang dikirimkan oleh penjual kepada pembeli. “Memang dari ekspedisi sudah ada asuransinya juga, tapi karena barang yang dikirim datang dari platform Tokopedia maka yang mereka

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Reno, sebagai Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, pada 22 Oktober 2024

menyediakan asuransinya” ujar Pak Reno dalam wawancara. Pihak ekspedisi akan mengikuti sesuai asuransinya Tokopedia. Apabila memang kendala barang tersebut diakibatkan oleh pihak Lion Parcel, maka pihak Lion Parcel yang akan mengganti kerugian ke Tokopedia sesuai kontrak Kerjasama mereka. Cara mengganti kerugiannya juga ada 2 jenis, yaitu dengan mengganti kerugian seharga barang yang dikirim atau mengganti kerugian seharga 10 kali lipat Ongkos Kirim. Menurut Pak Reno, alasan pihak Tokopedia menyarankan untuk menggunakan asuransi adalah karena dengan adanya asuransi, apabila ada kalanya perlu melakukan klaim kerugian pihak penjual dapat mengklaim kompensasi secara harga jual. Apabila tidak menggunakan asuransi, kerugian yang dikompensasi hanya 10 kali lipat Ongkos Kirim dengan batas maksimal kompensasi Rp1.000.000-Rp2.000.000. Paket hilang ini hal yang rentan terjadi, di Lion Parcel Denpasar Pusat sendiri bisa mencapai 1-2% tiap bulannya.⁵⁸ Angka tersebut pun hanya yang dicatat hilang di jangkauan Lion Parcel Denpasar Pusat sendiri, belum yang hilang di pembeli. Pak Reno menyatakan bahwa paket yang sudah diantar dan disuruh oleh pembeli untuk ditaruh didepan rumah saja juga terkadang hilang dan dikomplain. Pihak penyedia jasa pengiriman logistik selalu berusaha untuk mencegah terjadinya barang hilang, dengan cara pengecekan jumlah barang yang masuk saat processing barang yang diterima di Denpasar dengan jumlah barang yang dikirimkan. Jika terjadi ketidaksesuaian jumlah, maka pihak ekspedisi perlu menginformasikan ke pihak *e-commerce*. Apabila jumlah sesuai, maka akan dilakukan pengecekan lagi saat

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Reno, sebagai Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, pada 22 Oktober 2024

barang diserahkan terimakan kepada kurir. Barang yang diserahkan terimakan kepada kurir untuk diantar akan dihitung, dan paket yang sudah diantar akan dihitung kembali dan disesuaikan dengan jumlah paket saat diserahkan terimakan kepada kurir. “Untuk menyiasatinya seperti itu, karena kita harus mengamankan barang-barang yang masuk juga” ujar Pak Reno.⁵⁹

1. Regulasi Berbagai *E-commerce* Terhadap Kasus Barang Hilang

Selain dari peran dari pihak penyedia jasa pengiriman logistik, kita perlu memperhatikan peran dari pihak *e-commerce* dalam mengatasi kendala barang hilang dalam transaksi online. Untuk itu kita perlu membedah regulasi berbagai platform *e-commerce* tentang barang hilang/rusak dalam pengiriman. Berikut adalah regulasi berbagai *e-commerce*:

a. Regulasi Transaksi Online Tokopedia

Salah satu platform *e-commerce* yang akan kita tinjau adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan salah satu platform *e-commerce* yang sangat sering digunakan oleh masyarakat belakangan ini. Untuk mendalami kasus barang hilang dalam transaksi online, kita akan meninjau regulasi transaksi online atau syarat dan ketentuan (*Terms and Condition*) dari Tokopedia.

Di dalam *TnC* Tokopedia menjelaskan secara rinci regulasi berbagai aspek transaksi online yang terjadi di dalam platformnya. Beberapa yang bisa digarisbesarkan dalam penelitian ini adalah tentang Transaksi Pembelian, Transaksi

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Reno, sebagai Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, pada 22 Oktober 2024

Penjualan, Tarif pengiriman, Pengiriman Barang, Penarikan Dana, Penolakan Jaminan dan Batasan Tanggung Jawab, Ganti Rugi. Berikut adalah beberapa point yang dapat diperhatikan:

1) Transaksi Pembelian

Dalam *TnC* Transaksi Pembelian ada beberapa point yang dapat diperhatikan. Yang pertama adalah “Pembeli wajib bertransaksi melalui prosedur transaksi yang telah ditetapkan oleh Tokopedia. Pembeli melakukan pembayaran dengan menggunakan metode pembayaran yang sebelumnya telah dipilih oleh Pembeli, dan kemudian Tokopedia akan meneruskan dana ke pihak Penjual apabila tahapan transaksi jual beli pada sistem Tokopedia telah selesai.”⁶⁰ Dengan ini kita dapat mengerti bahwa sebelum pembeli menyelesaikan transaksi di dalam akunnya, dana yang telah dibayar tidak akan diteruskan kepada penjual. Kemudian ada point yang berbunyi “Pembeli memahami dan menyetujui dengan menerima pesanan Barang sebagian, maka pengembalian pembayaran sebagian akan diterima oleh Pembeli ketika transaksi selesai sebagaimana dijelaskan pada poin 22 dan 23 di bawah dst.”⁶¹ Dalam poin 22 dan 23 sendiri dijelaskan bahwa pembeli wajib mengkonfirmasi penerimaan barang maksimal 2 hari setelah pengiriman berstatus “terkirim” pada sistem Tokopedia. Apabila setelah 2 hari penerimaan barang belum dikonfirmasi, maka dengan demikian pembeli menyatakan menyetujui dilakukannya konfirmasi penerimaan barang secara otomatis oleh sistem

⁶⁰ ‘Terms & Condition’, Transaksi Pembelian, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#buy> diakses tanggal 27 September 2024 pk. 13.25

⁶¹ *Ibid*, angka 4

Tokopedia.⁶² Maka dapat kita simpulkan bahwa Tokopedia akan memberikan pengembalian dana setelah barang telah terkonfirmasi terkirim oleh sistem.

Namun, hal tersebut dapat bertolak belakang dengan point 24 yang berbunyi “Pembeli memahami dan menyetujui bahwa setiap klaim yang dilayangkan setelah adanya konfirmasi / konfirmasi otomatis penerimaan Barang adalah bukan menjadi tanggung jawab Tokopedia. Kerugian yang timbul setelah adanya konfirmasi/konfirmasi otomatis penerimaan Barang menjadi tanggung jawab Pembeli secara pribadi.”⁶³ Jadi apabila ada yang telah mengkonfirmasi pesanan sebelum membuka paket yang dikirim, apabila ada kerusakan atau kekurangan dalam barang yang dikirim maka sudah bukan menjadi tanggungjawab Tokopedia yang dimana dana tidak mungkin dapat dikembalikan kepada pembeli oleh Tokopedia.

2) Transaksi Penjualan

Dalam TnC Transaksi Penjualan ada beberapa point yang dapat diperhatikan. Salah satunya adalah “Tokopedia berwenang untuk membatalkan transaksi dan/atau menahan dana transaksi dalam hal: (i) nomor resi kurir pengiriman Barang yang diberikan oleh Penjual tidak sesuai dan/atau diduga tidak sesuai dengan transaksi yang terjadi di Situs Tokopedia; (ii) Penjual mengirimkan Barang melalui jasa kurir/logistik selain dari yang disediakan dan terhubung dengan Situs Tokopedia; (iii) jika nama produk dan deskripsi produk tidak sesuai/tidak jelas dengan produk yang dikirim; (iv) jika ditemukan adanya manipulasi transaksi; dan/atau (v)

⁶² *Ibid*, angka 22

⁶³ *Ibid*, angka 24

mencantumkan nomor resi pengiriman Barang yang telah digunakan oleh Penjual lainnya (internal dropshipper).”⁶⁴ Jadi apabila penjual mengirimkan barang yang dipesan oleh pembeli menggunakan ekspedisi yang tidak disediakan oleh pihak Tokopedia, maka pihak Tokopedia memiliki hak untuk membatalkan transaksi dan/atau menahan dana transaksi.

Demikian juga dengan transaksi yang menggunakan nomor resi pengiriman barang yang telah digunakan oleh penjual lainnya. Ini mencegah penjual dapat menggunakan stok toko lain untuk mendapatkan untung pribadi.

3) Tarif Pengiriman

Dalam *TnC* tarif pengiriman, dijelaskan bahwa ada kemungkinan data tarif ongkos kirim ekspedisi tidak selalu akurat dan bisa berbeda dengan cabang setempat. Tokopedia menyarankan kepada penjual untuk selalu mencatat tarif yang diberikan Tokopedia, agar dapat dibandingkan dengan tarif yang dibebankan di cabang setempat. Namun, selisih biaya pengiriman barang adalah di luar tanggung jawab Tokopedia.⁶⁵

4) Pengiriman Barang

Dalam *TnC* pengiriman barang, ada beberapa point yang dapat diperhatikan. Yang pertama adalah bagaimana Tokopedia tidak akan bertanggung jawab apabila penjual memasukan resi di luar dari resi partner rekanan Tokopedia, dan Tokopedia

⁶⁴ ‘Terms & Condition’, Transaksi Penjualan, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#sell> diakses tanggal 27 September 2024 pk. 14.15

⁶⁵ ‘Terms & Condition’, Tarif Pengiriman, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#tarif-pengiriman> diakses tanggal 27 September 2024 pk. 14.20

berhak menolak resi tersebut yang dapat mengakibatkan dibatalkannya sebuah pesanan⁶⁶. Pada poin 4, dijelaskan juga bahwa Penjual wajib memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh jasa layanan pengiriman barang tersebut dan bertanggung jawab atas setiap Barang yang dikirimkan. Apabila ada barang yang perlu dikembalikan, para pihak baik penjual maupun pembeli harus melakukan pengiriman barang langsung ke masing-masing pembeli maupun penjual. Pihak Tokopedia tidak menerima pengembalian barang dalam kondisi apapun.⁶⁷ Adapun poin yang perlu kita perhatikan, yaitu poin 7 dimana dalam hal terjadi kendala saat proses pengiriman berupa barang hilang, barang rusak, dan lain sebagainya, pembeli dan penjual dapat melaporkan ke pihak Tokopedia sesuai ketentuan batas waktu pelaporan dan klaim masing-masing penyedia jasa layanan pengiriman barang yang digunakan Pembeli dan Penjual.⁶⁸

5) Penarikan Dana

Dalam *TnC* Penarikan dana, Tokopedia menjelaskan bahwa penarikan dana dapat diproses antara 1x24 jam hari kerja, hingga 2x24 jam hari kerja tergantung kesamaan bank.⁶⁹ Namun, apabila ada ditemukan dugaan pelanggaran Syarat dan ketentuan Tokopedia, kecurangan, manipulasi atau kejahatan, pihak Tokopedia berhak melakukan Tindakan pemeriksaan, pembekuan, penundaan dan/atau

⁶⁶ 'Terms & Condition', Pengiriman Barang, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#pengiriman> diakses tanggal 27 September 2024 pkl. 14.26

⁶⁷ *Ibid*, angka 4

⁶⁸ *Ibid*, angka 7

⁶⁹ 'Terms & Condition', Penarikan Dana, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#withdrawal> diakses tanggal 27 September 2024 pkl. 14.30

pembatalan terhadap penarikan dana yang dilakukan oleh pengguna.⁷⁰ Pemeriksaan dan penundaan penarikan dana dapat dilakukan dalam jangka waktu selama yang diperlukan pihak Tokopedia.⁷¹

6) Penolakan Jaminan dan Batasan Tanggung Jawab

Dalam *TnC* Penolakan Jaminan dan Batasan Tanggung Jawab, dijelaskan bahwa Tokopedia menggunakan model bisnis Customer to Customer Marketplace, yang menyediakan platform untuk siapapun yang dapat menjadi penjual maupun pembeli. Lalu dijelaskan juga bahwa Tokopedia (termasuk Induk Perusahaan, direktur, dan karyawan) adalah tidak bertanggung jawab, dan Anda setuju untuk tidak menuntut Tokopedia bertanggung jawab, atas segala kerusakan atau kerugian (termasuk namun tidak terbatas pada hilangnya uang, reputasi, keuntungan, atau kerugian tak berwujud lainnya) yang diakibatkan secara langsung atau tidak langsung dari pengiriman barang, kualitas barang, peselisihan antar pengguna, pengiriman untuk perbaikan Barang yang bergaransi resmi dari pihak produsen. Pembeli dapat membawa Barang langsung kepada pusat layanan servis terdekat dengan kartu garansi dan faktur pembelian.⁷²

7) Ganti Rugi

Dalam *TnC* ganti rugi, dijelaskan bahwa pengguna Tokopedia harus melepaskan Tokopedia dari tuntutan ganti rugi, dan menjaga pihak Tokopedia dari setiap klaim

⁷⁰ *Ibid*, angka 3

⁷¹ *Ibid*, angka 4

⁷² 'Terms & Condition', Penolakan Jaminan Dan Batasan Tanggung Jawab, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#responsibility> diakses tanggal 27 September 2024 pkl. 14.40

atau tuntutan, termasuk biaya hukum yang wajar, yang dilakukan oleh pihak ketiga yang timbul dalam hal pengguna melanggar perjanjian ini.⁷³

b. Regulasi Transaksi Online Shopee

Platform *e-commerce* yang akan kita tinjau berikutnya adalah Shopee. Shopee juga merupakan salah satu platform *e-commerce* yang sangat sering digunakan oleh masyarakat belakangan ini. Untuk mendalami kasus barang hilang dalam transaksi online, kita akan meninjau regulasi transaksi online atau syarat dan ketentuan (*Terms and Condition*) dari Shopee.

Di dalam TnC Shopee menjelaskan secara rinci regulasi berbagai aspek transaksi online yang terjadi di dalam platformnya. Beberapa yang bisa digarisbesarkan dalam penelitian ini adalah tentang Syarat Layanan, Kebijakan Pengembalian Barang dan Dana, dan Jasa Kirim. Berikut adalah beberapa point yang dapat diperhatikan:

1) Syarat Layanan

Dalam TnC syarat layanan Shopee mencakup berbagai aspek hak dan kewajiban hukum dalam pelaksanaan transaksi online di platform ini. Salah satu hal yang dibahas adalah bagaimana pelanggaran syarat layanan Shopee dapat mengakibatkan pihak Shopee untuk melakukan berbagai Tindakan seperti penghapusan daftar, batasan yang diberlakukan terhadap hak akun, penangguhan dan pengakhiran akun, bahkan hingga tuntutan pidana dan tindakan perdata

⁷³ 'Terms & Condition', Ganti Rugi, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#ganti-rugi> diakses tanggal 27 September 2024 pk. 14.45

termasuk dengan tidak terbatas pada klaim untuk kerugian dan/atau ganti rugi sementara atau perintah ganti rugi oleh pengadilan.⁷⁴

Kemudian, pada point 13 dijabarkan secara rinci tentang “Garansi Shopee”. Garansi Shopee sendiri merupakan layanan yang disediakan oleh Shopee untuk melindungi pembelian. Untuk melindungi terhadap risiko tanggung jawab, pembayaran untuk pembelian yang dilakukan kepada Penjual dengan menggunakan Layanan akan diselenggarakan oleh Shopee yang disebut “Rekening Garansi Shopee”. Setelah pembeli melakukan pembayaran untuk barang yang dipesan, uang pembelian pembeli tersebut akan disimpan dalam Rekening Garansi Shopee hingga:⁷⁵

- (a) Pembeli mengirimkan konfirmasi kepada Shopee bahwa Pembeli telah menerima barangnya, kecuali point 13.2(d) berlaku, Shopee akan mengeluarkan Uang Pembelian Pembeli dikurangi Biaya Penanganan dan Jumlah Pajak di Rekening Garansi Shopee kepada Penjual;
- (b) Masa Garansi Shopee berakhir, dalam hal mana, Shopee akan mengeluarkan Uang Pembelian Pembeli dikurangi Biaya Penanganan dan Jumlah Pajak di Rekening Garansi Shopee kepada Penjual;
- (c) Shopee menetapkan bahwa permohonan Pembeli untuk pengembalian barang dan/atau pengembalian dana berhasil, dalam hal mana Shopee akan mengembalikan

⁷⁴ ‘Syarat Layanan’ Kebijakan Shopee, <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71187?previousPage=other+articles> diakses tanggal 8 Oktober 2024 pk. 16.45

⁷⁵ *Ibid*, angka 13

uang kepada Pembeli, dengan tunduk pada dan sesuai dengan Kebijakan Pengembalian Dana dan Barang.

(d) Waktu lain saat Shopee secara wajar menetapkan bahwa distribusi Uang Pembelian Pembeli dikurangi Biaya Penanganan dan Jumlah Pajak adalah tepat. Termasuk, dengan tidak terbatas pada, saat dianggap perlu untuk mematuhi hukum yang berlaku atau perintah pengadilan atau untuk menegakkan Syarat Layanan ini. Apabila Uang Pembelian Pembeli tidak dilepaskan kepada Penjual karena suatu alasan, dan penjual tidak dapat memberi bukti yang memuaskan Shopee dalam waktu 12 bulan bahwa uang Pembelian Pembeli tersebut seharusnya dilepaskan kepada Penjual, maka Penjual setuju bahwa Shopee akan menangani Uang Pembelian Pembeli yang tidak diklaim tersebut berdasarkan kebijakan Shopee sesuai dengan hukum yang berlaku.⁷⁶

Kebijakan yang lebih spesifik mengatur regulasi tentang pengiriman ada di point 20, yang menjelaskan bahwa Shopee bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara Penjual dan Pembeli dengan perusahaan layanan logistik yang dipilih oleh Penjual dan/atau Pembeli. Penjual dan Pembeli dapat memilih layanan pengiriman yang disediakan oleh perusahaan layanan logistik yang bekerja sama dengan Shopee⁷⁷. Hal ini ditekankan kembali pada point 20.5 yang menerangkan kalau pengiriman akan dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa kurir/ pengiriman yang dipilih masing-masing Penjual, dan bukan oleh Shopee. Namun, Shopee dapat bertanggung jawab untuk memfasilitasi laporan dan/atau

⁷⁶ *Ibid*, angka 13.5

⁷⁷ *Ibid*, angka 20.2

keluhan dari Pembeli jika Pembeli tidak kunjung menerima Produk yang dipesan dalam jangka waktu yang diestimasikan. Apabila pembeli belum menerima barang yang dipesan dalam jangka waktu yang diestimasikan, maka pembeli diwajibkan untuk melaporkan kepada layanan pelanggan Shopee yang sudah disediakan sesuai dengan Kebijakan Shopee dan ketentuan Garansi Shopee. Kemudian, Shopee akan meneruskan laporan pembeli kepada penjual dan/atau Perusahaan penyedia jasa kurir/pengiriman yang bersangkutan untuk mencari Solusi yang terbaik bagi penjual dan pembeli. Kebijakan tersebut sangat membantu membuat konsumen dan pelaku usaha terasa hak mereka aman dan tidak diabaikan oleh pihak *e-commerce*. Namun, apabila pembeli belum mendapatkan barang yang dipesan dan tidak melakukan laporan dalam jangka waktu yang telah ditentukan dalam kebijakan Shopee, maka pihak Shopee akan menganggap bahwa pembeli telah menerima barang yang dipesan. Apabila terjadi masalah dalam pengiriman seperti kerusakan, pengeluaran biaya atau ongkos yang timbul dari resiko pengiriman, pihak Shopee tidak akan bertanggung jawab dan penjual dan/atau pembeli harus membicarakan masalah tersebut kepada penyedia jasa logistik untuk menyelesaikannya.⁷⁸

2) Kebijakan Pengembalian Barang/Dana

Dalam *TnC* kebijakan pengembalian barang/dana Shopee, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk mengetahui bagaimana secara operasional proses dana dapat dikembalikan kepada konsumen. Dengan dipatuhinya syarat dan ketentuan dalam kebijakan pengembalian barang dan dana ini, pembeli dapat mengajukan

⁷⁸ *Ibid*, angka 20.5

permohonan untuk pengembalian barang yang telah dibeli dan/atau pengembalian dana sebelum berakhirnya masa Garansi Shopee seperti yang sudah tertera ada syarat layanan.⁷⁹ Pembeli dapat mengajukan permohonan pengembalian barang dan/atau pengembalian dana apabila terdapat pada salah satu situasi berikut;

- a) Barang belum diterima oleh Pembeli;
- b) Barang tersebut cacat dan/atau rusak saat diterima;
- c) Penjual telah mengirimkan Barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang disepakati (misalnya salah ukuran, warna, dsb.) kepada Pembeli;
- d) Barang yang dikirimkan kepada Pembeli secara material berbeda dari deskripsi yang diberikan oleh Penjual dalam daftar Barang
- e) Barang dijual oleh Penjual yang mengikuti Garansi Bebas Pengembalian dan termasuk pada kategori yang terdaftar pada Garansi Bebas Pengembalian; atau,
- f) Barang yang masih berada dalam pengiriman, terbatas pada ketentuan yang diatur di dalam Syarat dan Ketentuan Pengembalian dalam Perjalanan.

Permohonan pembeli itu sendiri harus dikirimkan melalui situs, dan akan ditinjau dan/atau diperiksa oleh pihak Shopee. Pihak Shopee tertera berhak mengambil Keputusan atas permohonan pembeli termasuk menerima dan/atau menolak permohonan tersebut. Jika pembeli berkehendak untuk melakukan Tindakan hukum terhadap pihak penjual, pembeli dapat memberikan

⁷⁹ 'Kebijakan Pengembalian Barang dan Dana' Kebijakan Shopee, <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73503-Kebijakan-Pengembalian-Barang-dan-Dana?previousPage=search+recommendation+bar&previousPage=other+articles> diakses tanggal 8 oktober 2024 pkl. 17.56

pemberitahuan formal dari pihak yang berwenang kepada Shopee untuk meminta pihak Shopee terus menahan uang pembelian dari transaksi yang dipermasalahkan hingga ada putusan resmi.⁸⁰

3) Jasa Kirim

Dalam TnC Jasa Kirim Shopee, dijelaskan berbagai topik seperti Ongkos kirim, Kebijakan & Proses Penggantian Klaim Barang Hilang/Rusak saat Pengiriman, *Cash on Delivery (COD)*, Dropshipper, hingga asuransi pengiriman.

Menurut Kebijakan & Proses Penggantian Klaim Barang Hilang/Rusak saat

Pengiriman dari Shopee, perhitungan ganti rugi jika barang rusak/hilang dalam pengiriman dijelaskan secara rinci dan tiap Penyedia Jasa Pengiriman Logistik berbeda perhitungannya. Berikut merupakan skema penggantian klaim dari jasa kirim untuk barang rusak/hilang yang berlaku oleh beberapa Penyedia Jasa Pengiriman Logistik yang bermitra dengan Shopee;

Gambar 1. skema penggantian klaim dari jasa kirim untuk barang rusak/hilang yang berlaku di Shopee

JASA KIRIM	TIPE LAYANAN PENGIRIMAN	ASURANSI	TANPA ASURANSI	MAKS. KLAIM	BIAYA ASURANSI
Anteraja	Anteraja Reguler, Anteraja Economy, Anteraja Kargo, Anteraja Sameday	Tidak tersedia	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	7 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	Belum ada asuransi
Bluebird Kirim	Bluebird Kirim	Tidak tersedia	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang (tergantung nominal terendah)	3 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	Belum ada asuransi

⁸⁰ *Ibid*, angka 2

Gosend	GoSend Instant	Senilai harga barang maks. Rp10.000.000	Sudah otomatis terhitung dengan asuransi	7 hari kalender setelah paket diambil oleh kurir	Gratis
	GoSend Same Day				
Grab Express	GrabExpress Instant	Senilai harga barang maks. Rp10.000.000	Sudah otomatis terhitung dengan asuransi	3 hari kalender setelah paket diambil oleh kurir	Gratis
	GrabExpress Sameday	10X ongkos Kirim/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)			
ID Express	ID Express	Senilai harga barang maks. Rp20.000.000	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	14 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	0,2% dari harga barang
Indopaknet	Indopaknet (Ambil di Indomaret)	Senilai harga barang	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	14 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	0,2% dari harga barang + biaya admin Rp2.500
J&T	J&T Express, J&T Jemari, dan J&T Economy	Senilai harga barang maks. Rp20.000.000	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	7 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	0,2% dari harga barang
	J&T Cargo	Senilai harga barang maks. Rp200.000.000	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp2.000.000 (tergantung nominal terendah)	14 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	
JNE Express	JNE Regular, JNE YES, dan JNE Trucking (JTR)	Senilai harga barang	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang (tergantung nominal terendah)	14 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	0,2% dari harga barang + biaya admin Rp5.000
Ninja Xpress	Ninja Xpress	Tidak tersedia	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	14 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	Belum ada asuransi
PosAja!	PosAja!	Senilai harga barang	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	90 hari untuk barang tanpa asuransi dan 45 hari untuk barang asuransi setelah paket berstatus terkirim	0,24% dari harga barang
Sentral Cargo	Sentral Cargo	Senilai harga barang	Senilai harga barang maks. Rp200.000/kg	14 hari kalender setelah paket berstatus terkirim.	0,25% dari harga barang
SiCepat	SiCepat REG	Tidak tersedia	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	7 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	Belum ada asuransi
	SiCepat HALU				
	SiCepat Gokil				
	SiCepat BEST				

SPX Express	SPX Sameday, SPX Standard, dan SPX Hemat	Tidak tersedia	10X ongkos kirim yang tertera di Shopee/senilai harga barang maks. Rp1.000.000 (tergantung nominal terendah)	14 hari kalender untuk barang rusak dan 7 hari kalender setelah paket berstatus terkirim untuk barang hilang	Tidak ada asuransi
	SPX Instant	Senilai total keseluruhan harga barang maks. Rp10.000.000*	Sudah otomatis terhitung dengan asuransi	7 hari kalender setelah paket berstatus terkirim	Gratis (dengan kelengkapan dokumen pendukung)

Sumber: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17986>

Dari tabel yang disediakan oleh shopee tersebut, kebanyakan dari ekspedisi menggunakan regulasi ganti rugi tanpa asuransi sejumlah 10 kali lipat dari ongkos kirim (ongkir) yang ditetapkan saat pengiriman itu dilakukan. Namun, banyak dari ketentuan 10 kali lipat ongkos kirim tersebut menggunakan batas maksimal klaim. Contoh, apabila kita menggunakan skema perhitungan J&T Kargo untuk barang rusak/hilang dengan harga barang Rp3.500.000 dan biaya ongkos kirim yang tertera di Shopee adalah 250.000, maka 10 kali lipat ongkos kirim adalah Rp2.500.000. Tapi karena ada batas maksimal klaim sejumlah Rp2.000.000, maka yang dapat di klaim oleh penjual hanya sejumlah batas maksimal klaim tersebut. Apabila menggunakan klaim senilai harga barang, yang dapat diklaim oleh penjual tetap sejumlah batas maksimal klaim itu. Jadi penjual pun mendapatkan kerugian materiil. Apabila penjual menggunakan asuransi yang dikenakan biaya tambahan sejumlah 0.2% dari harga barang, dalam contoh ini biaya asuransi adalah sejumlah Rp7.000. Dengan adanya asuransi ini, apabila terjadi kerusakan atau hilangnya barang, maksimal klaim dengan asuransi dari J&T menjadi Rp200.000.000 yang dimana jika dibandingkan dengan harga jual tentu saja ini sangat sepadan dengan keamanan barang dan jaminan kembalinya kerugian materiil yang dapat diklaim penjual.

Proses ganti rugi jika barang rusak/hilang dalam pengiriman di Shopee perlu melalui beberapa tahap. Sebelum penjual melakukan klaim, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah;

- 1) Ongkos kirim yang tertera di aplikasi Shopee belum termasuk biaya perlindungan (kecuali untuk jasa kirim GrabExpress, dan GoSend).
- 2) Shopee menyarankan Penjual untuk memberikan perlindungan barang bernominal tinggi atau pesanan yang belum terlindungi senilai harga barang dengan mengaktifkan Asuransi Pengiriman Shopee.
- 3) Shopee memiliki kewenangan dalam menentukan langkah berikutnya untuk pengajuan klaim dan siapa yang harus menanggung biaya ongkos kirim pengembalian barang (jika barang perlu dikembalikan terlebih dahulu).
- 4) Keputusan yang dibuat oleh Shopee bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

Dan pengajuan klaim atau penggantian tidak berlaku dan akan ditolak oleh pihak Shopee apabila;

- 1) Paket yang dikirim oleh Penjual tidak dikemas atau dibungkus sama sekali.
- 2) Produk yang dikirim termasuk produk yang dilarang atau produk berbahaya*.
- 3) Paket yang dikirim dengan tipe layanan pengiriman Instant dan Sameday melebihi ukuran maksimal yang berlaku di masing-masing jasa kirim sesuai dengan ketentuan Ongkos Kirim.

- 4) Produk berupa cairan atau pecah belah yang tidak dikemas secara aman dan/atau tidak menggunakan *bubble wrap*. Pelajari lebih lanjut mengenai standar pengemasan yang berlaku di Shopee.
- 5) Produk berupa emas atau barang berharga yang tidak dikemas secara aman dan tidak menggunakan kardus dengan ukuran min. 20x15x10cm (hanya bisa dikirim dengan jasa kirim SPX Express).
- 6) Produk berupa logam mulia (kecuali emas dengan nilai maksimal Rp4.500.000 untuk jasa kirim GoSend) dan perhiasan untuk jasa kirim GoSend dan GrabExpress.
- 7) Produk berupa cairan >100ml untuk jasa kirim SiCepat.
- 8) Pesanan dikirimkan menggunakan resi pengiriman yang berbeda dengan resi pengiriman yang ada di sistem Shopee maupun mengirimkan barang dengan kurir toko.

Untuk melakukan klaim barang yang rusak/hilang itu sendiri, pihak penjual harus menyiapkan bukti foto/video yang diperlukan seperti bukti pesanan berhasil dikirim berupa tanda terima pengiriman atau foto paket beserta resi yang menunjukkan alamat penerima, dan kemasan luar dalam pesanan produk yang sesuai dengan pesanan dan tidak rusak sebelum dikemas untuk membuktikan bahwa penjual tidak melanggar syarat dan ketentuan.⁸¹ Proses klaim barang hilang/rusak itu sendiri memakan waktu maksimal 5 hari kalender setelah penjual mengajukan

⁸¹ Jasa Kirim 'Kebijakan & Proses Penggantian Klaim Barang Hilang/Rusak saat Pengiriman', <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17986> diakses pada tanggal 21 Oktober 2024 pkl. 16.40

klaim tersebut untuk ditinjau dan memutuskan status klaim. Jika klaim ditolak, pihak *Shopee* akan menginformasikan penjual mengenai alasan mengapa pengajuan klaim ditolak. Jika klaim diterima, pihak *Shopee* akan mengembalikan dana ke saldo penjual dalam maksimal 9 hari kerja.⁸² Dengan ketentuan demikian, sangat disarankan untuk menggunakan perlindungan jasa kirim apabila pesanan belum terlindungi senilai harga barang tanpa menggunakan asuransi.

c. Regulasi Transaksi Online TikTok Shop

Platform *e-commerce* yang akan kita tinjau berikutnya adalah TikTok Shop. TikTok Shop juga adalah salah satu bagian dari aplikasi TikTok yang merupakan sebuah sosial media yang sedang ramai digunakan masyarakat di seluruh dunia. Karena aplikasi TikTok sangat ramai digunakan dan sering menarik perhatian di sosial media lain, mereka memanfaatkan keunggulan mereka dan mengadakan TikTok Shop sebagai pasar pihak ketiga yang sekarang menjadi platform *e-commerce* yang sangat sering digunakan oleh masyarakat. Terkenal dengan harga-harganya yang relative lebih murah dari platform *e-commerce* lain karena banyaknya promo dan diskon yang diadakan oleh pihak TikTok. Bahkan sekarang, TikTok yang dimiliki oleh Perusahaan *ByteDance Ltd.* Telah mengakuisisi sebagian besar saham Tokopedia. TikTok memiliki hingga 75,01% total saham PT Tokopedia yang membuat mereka menjadi pemegang saham mayoritas.⁸³ Sehingga sekarang

⁸² 'Cara Mudah Klaim Barang Hilang/Rusak', <https://shopee.co.id/m/klaim-barang-hilang-rusak> diakses pada tanggal 21 Oktober 2024 pkl. 18.02

⁸³ Ahmad Wijaya, 'Kemenkop dan UKM: Merger TikTok-Tokopedia tak menguntungkan UMKM Indonesia', <https://www.antaraneews.com/berita/4242859/kemenkop-dan-ukm-merger-TikTok-tokopedia-tak-untungan-umkm-indonesia#:~:text=Platform%20media%20sosial%20asal%20China,kepemilikan%20saham%2075%2C01%20persen>, diakses 12 Oktober 2024 pkl. 15.47

TikTok Shop sudah terafiliasi oleh Tokopedia. Untuk mendalami kasus barang hilang dalam transaksi online, kita akan meninjau regulasi transaksi online atau syarat dan ketentuan (*Terms and Condition*) dari TikTok Shop.

Di dalam *TnC* TikTok Shop menjelaskan secara rinci regulasi berbagai aspek transaksi online yang terjadi di dalam platformnya. Beberapa yang bisa digarisbesarkan dalam penelitian ini adalah tentang Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop, Ketentuan Logistik TikTok Shop, dan Pedoman Pembatalan Pesanan, Pengembalian Pesanan, dan Pengembalian. Berikut adalah beberapa point yang dapat diperhatikan:

1) Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop

Dalam *TnC* Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop TikTok Shop, dapat kita perhatikan bahwa pihak TikTok Shop memberi seluruh tanggung jawab dalam perihal mengatur pengiriman pesanan kepada penjual.⁸⁴ Berbeda dengan *e-commerce* yang sudah penulis bahas, TikTok Shop tidak memberi pembeli kebebasan untuk memilih ekspedisi yang ingin digunakan. Namun, penjual diberikan beberapa opsi ekspedisi yang telah diberi dan dikira sesuai untuk produk tersebut oleh TikTok Shop.⁸⁵ Pihak penjual harus setuju bahwa apabila produk yang telah dikirim tidak dapat diberi kepada pembeli dan perlu dikembalikan kepada penjual karena kelalaian penjual, maka semua biaya dan pengeluaran sehubungan

⁸⁴ 'Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop', https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=5833735817053953&default_language=id-ID&identity=1 diakses 12 Oktober 2024 pkl 15.59

⁸⁵ *Ibid*, Point 6 'Bagaimana Cara Kerja Logistik?'

pengembalian ditanggung penjual. Namun hal itu hanya terjadi apabila terkendala kasus seperti salah memasukkan alamat.

Dijelaskan juga pembatasan tanggung jawab oleh TikTok Shop, yang menyatakan bahwa “Tokopedia dan Afiliasi Tokopedia tidak akan bertanggung jawab atas segala kewajiban berikut yang mungkin timbul sehubungan dengan penggunaan Shop (termasuk, untuk menghindari keraguan, API dan Data API) atau Platform oleh Anda, baik dalam kontrak, perbuatan melawan hukum (termasuk kelalaian), pernyataan keliru, restitusi, atau lainnya”.⁸⁶ Namun, TikTok Shop juga menjelaskan tentang ketentuan Ganti Rugi. Dijelaskan disini bahwa TikTok Shop tidak akan memfasilitasi ganti rugi apabila kasus yang dialami berkaitan dengan beberapa hal berikut;

- a) Produk yang penjual Tawarkan untuk dijual di Shop, termasuk dalam kaitannya dengan ketentuan penjualan, hak konsumen menurut undang-undang, pertanggungjawaban produk, Produk Berbahaya atau tuntutan lain yang mungkin timbul berdasarkan Hukum Yang Berlaku;
- b) Pelanggaran aktual atau dugaan pelanggaran terhadap hak kekayaan intelektual pihak ketiga sehubungan dengan Produk yang penjual Tawarkan untuk dijual di Shop, Materi Penjual yang Anda Sediakan, atau penggunaan atau kegiatan Anda di Shop;
- c) Setiap pajak atau biaya penjualan, penggunaan, penambahan nilai, cukai, bisnis, atau lainnya, bea, permintaan, atau setiap biaya pabean atau bea

⁸⁶ *Ibid*, Point 6 ‘Pembatasan Tanggung Jawab’

cukai yang dikenakan pada setiap Penjualan yang Penjual dapatkan di Shop atau pengadaan Layanan Kreator oleh Penjual dari Kreator;

- d) pelanggaran Anda terhadap Ketentuan ini;
- e) keberhasilan atau kegagalan Anda untuk menjalin hubungan dengan Kreator dan/atau Pembeli melalui Shop;
- f) kegagalan Anda untuk segera membatalkan otorisasi Anda atas Layanan Mitra pada Pusat Penjual;
- g) Pelanggaran aktual atau dugaan pelanggaran Anda terhadap ketentuan kontrak layanan apa pun yang Anda miliki dengan Mitra sehubungan dengan Layanan Mitra; dan
- h) Kegagalan Anda untuk bertindak sesuai dengan Ketentuan Penggunaan dan Penjualan Shop.

Apabila terjadi kerugian yang tidak berkaitan dengan hal diatas, maka pihak TikTok Shop yang terafiliasi Tokopedia setuju untuk mengganti rugi seluruh kerugian penjual dan terhadap setiap tuntutan terhadap penjual sesuai dengan Ketentuan ini melanggar hak kekayaan intelektual pihak ketiga.⁸⁷ Namun, apabila dengan alasan karena suatu hal yang di luar kendali (*force Majeure*) pihak TikTok Shop yang terafiliasi Tokopedia, tidak akan bertanggung jawab atas segala

⁸⁷ *Ibid*, Point 6 'Ganti Rugi'

penundaan dan/atau kegagalan untuk melaksanakan kewajibannya berdasarkan ketentuan ini.⁸⁸

Ada juga ketentuan yang dapat membantu penjual mengenai masalah barang hilang dalam transaksi *online*, yaitu pada bagian sengketa penjual dengan mitra TikTok Shop. Penjual bertanggung jawab untuk menyelesaikan setiap sengketa dengan mitra secara cepat dan adil. Pihak TikTok Shop yang terafiliasi Tokopedia hanya dapat memfasilitasi komunikasi antara penjual dengan mitra berdasarkan kasus per kasus tetapi tidak memiliki kewajiban untuk melakukannya. TikTok Shop tidak terlibat sebagai pihak dalam setiap sengketa tersebut.⁸⁹ Jadi walaupun pihak TikTok Shop tidak mau ikut andil dalam sengketa, mereka dapat menjadi jembatan komunikasi antara penjual dengan pihak ekspedisi.

2) Pedoman Pembatalan Pesanan, Pengembalian Pesanan, dan Pengembalian

Dalam *TnC* Pedoman Pembatalan Pesanan, Pengembalian Pesanan, dan Pengembalian TikTok Shop, para pengguna TikTok Shop dapat mengajukan komplain terhadap masalah logistik yang dapat mencakup paket hilang, paket kosong, salah rute, atau paket rusak. Pengguna TikTok Shop dapat mengajukan pengembalian produk atau pengembalian dana terhadap paket rusak saat pengiriman, dan pelanggan tidak menerima paket dalam jangka waktu yang ditentukan. Pada pihak penjual, mereka harus mematuhi undang-undang setempat yang berlaku di yurisdiksi asal pelanggan. Jika pelanggan memiliki keluhan yang

⁸⁸ *Ibid*, Point 6 'Force Majeure'

⁸⁹ *Ibid*, Point 6 'Sengketa Antara Anda dan Mitra'

sah menurut hukum setempat, maka penjual harus mengembalikan dana pelanggan, atau mengirimkan produk pengganti dengan biaya yang ditanggung penjual.⁹⁰

Apabila terjadi masalah logistik dimana hal tersebut disebabkan karena kelalaian kurir, penjual dapat mengajukan klaim terhadap kurir dengan mengajukan tiket di pusat bantuan. Pihak TikTok Shop akan menyelidiki dan memutuskan apakah akan menyetujui permintaan tersebut. Namun jika dibutuhkan, penjual juga bertanggungjawab untuk menyediakan materi pendukung yang diperlukan. Apabila klaim dari penjual disetujui, maka penjual akan menerima kompensasi dalam waktu 5 hari kerja.⁹¹

3) Ketentuan Logistik TikTok Shop

Dalam *TnC* Ketentuan Logistik TikTok Shop, dijelaskan berbagai regulasi seperti peran TikTok, Layanan logistik, produk berbahaya, inspeksi produk, dll. Yang perlu kita perhatikan adalah pada bagian Aneks 1 tentang Klaim dan Kompensasi. Disini dijelaskan bagaimana penjual yang mengalami kasus produk hilang atau rusak selama penyediaan layanan logistik. Apabila pembeli produk melakukan klaim terhadap produk yang hilang atau rusak selama pengiriman oleh layanan logistic, pihak TikTok Shop akan melakukan proses penaksiran kerugian secara kasus per kasus. Selama proses tersebut, pihak TikTok Shop akan memerlukan dokumen pendukung atau bukti relevan lainnya (“Materi Pendukung”)

⁹⁰ ‘Pedoman Pembatalan Pesanan, Pengembalian Pesanan, dan Pengembalian’, https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=6837727601690370&identity=1&gl=1*1dzw36w*ga*NzQxODkyNjEyLjE3MTc5NDYwMjE.*ga_BZBQ2QHQP*MTcyODcxNDk2NS42LjEuMTcyODcxNDk3OC4wLjAuMA diakses 12 Oktober 2024 pkl. 20.35

⁹¹ *Ibid*, point 4.7.2 ‘Masalah Logistik yang Disebabkan oleh Kurir’

dari para pihak yang berkepentingan. Pihak yang dimaksud termasuk penjual, pembeli dan penyedia layanan pihak ketiga (logistik). Pihak TikTok Shop akan bernegosiasi dengan penjual terkait perhitungan dan penentuan jumlah kerugian yang disebabkan oleh kehilangan atau kerusakan tersebut yang akan diganti oleh pihak TikTok Shop. Dijelaskan disini bahwa jumlah kerugian yang telah ditentukan oleh pihak TikTok Shop setelah negoisasi dan penaksiran tersebut bersifat final. Hal itu pun dengan ketentuan apabila penjual tidak dapat menyediakan materi pendukung untuk mendukung klaim tersebut, maka tidak akan diperlukan negoisasi.

Penjual harus menyediakan materi pendukung kepada pihak TikTok Shop atas permintaan pihak TikTok Shop dalam 7 hari kalender. Apabila penjual tidak dapat menyediakan materi pendukung yang diminta oleh pihak TikTok Shop dalam waktu 7 hari kalender, penjual secara otomatis akan dinyatakan setuju bahwa jumlah kerusakan akan dihitung dan ditentukan secara sepihak oleh TikTok berdasarkan materi pendukung yang diperoleh oleh pihak TikTok Shop sendiri. Dalam perihal pelanggaran ketentuan logistik, Penjual juga perlu mengganti rugi jumlah kerugian yang ditentukan kepada pihak TikTok Shop tanpa negoisasi penjual sesuai dengan Ketentuan Logistik TikTok Shop point 10 tentang ganti rugi dan 11 tentang Batasan kewajiban.⁹² Ketentuan Logistik point 10 yang dimaksud menjelaskan bahwa Penjual harus mengganti rugi, menjamin, dan membebaskan TikTok, afiliasinya, dan masing-masing karyawan, pejabat, manajer, agen (“Pihak Penerima Ganti Rugi

⁹² ‘Ketentuan Logistik TikTok Shop’, https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=3753508991272706&default_language=id-ID&identity=1, diakses 12 Oktober 2024 pkl. 17.57

TikTok”) mereka dari segala klaim, kerusakan, biaya, pengeluaran, denda, penalti, pungutan, tuntutan, dan tanggung jawab lain yang diderita oleh Pihak Penerima Ganti Rugi TikTok yang timbul dari, diakibatkan oleh, atau sehubungan dengan;⁹³

a) pelanggaran pernyataan, jaminan, kesepakatan, kesanggupan, perjanjian, atau kewajiban berdasarkan ketentuan ini oleh penjual (termasuk tanpa batasan penyerahan atau upaya untuk mengirimkan Produk Berbahaya, kegagalan penjual untuk menyatakan nilai Produk secara akurat, kegagalan penjual untuk menyediakan informasi yang akurat, lengkap, atau autentik, atau mengambil tindakan yang secara wajar diwajibkan oleh TikTok berdasarkan Ketentuan Logistik ini)

b) kegagalan penjual untuk mematuhi hukum yang berlaku bagi penjual;

c) tindakan atau kelalaian penjual terkait kecurangan atau kekeliruan pernyataan yang bersifat curang;

d) permintaan pajak atau kontribusi biaya apa pun terkait penyediaan Layanan Logistik kepada penjual atau Biaya yang dikenakan TikTok kepada penjual berdasarkan Ketentuan Logistik ini.

Sedangkan point 11 yang dimaksud adalah pelepasan kewajiban apabila dalam keadaan klaim barang hilang atau rusak, TikTok tidak bertanggung jawab dan akan dibebaskan dari kewajiban atas penundaan pengiriman, kehilangan atau kerusakan

⁹³ *Ibid*, Point 10 'Ganti Rugi'

produk, jika penundaan, kehilangan, atau kerusakan tersebut disebabkan oleh, timbul dari, sehubungan dengan, atau diakibatkan oleh;⁹⁴

- a) Tindakan pelanggaran atau kelalaian pedagang;
- b) Kepatuhan pedagang terhadap instruksi;
- c) Pengemasan atau pembungkusan produk yang cacat atau tidak memadai;
- d) Kecacatan produk dan kehilangan atau kerusakan yang timbul akibat atau sehubungan dengannya;
- e) Informasi produk yang tidak akurat, keliru, tidak memadai, tidak lengkap, atau salah yang disediakan oleh pedagang;
- f) Informasi pedagang atau pembeli yang tidak akurat, keliru, tidak memadai, tidak lengkap, atau salah;
- g) Kegagalan, penangguhan, atau gangguan layanan TikTok Shop atau sistem lain yang mendukung layanan logistik akibat pemeliharaan (direncanakan atau sebaliknya) atau akibat kegagalan internet, peralatan, listrik, layanan telekomunikasi, atau layanan cloud;
- h) TikTok tidak akan bertanggung jawab atas penundaan atau kegagalan pelaksanaan kewajibannya berdasarkan Ketentuan Logistik ini karena alasan, peristiwa, atau persoalan lain di luar kendali wajarnya, termasuk tanpa batasan banjir, kebakaran, badai salju, tanah longsor, tornado, gelombang pasang, angin topan, pandemi, epidemi, perang, terorisme,

⁹⁴ *Ibid*, Point 11 'Batasan Kewajiban'

tindakan atau kelalaian otoritas, perubahan hukum atau peraturan, atau tindakan Tuhan lainnya.

- i) Peristiwa atau alasan lain yang tidak terkait dengan TikTok atau pelaksanaan layanan logistik oleh TikTok (termasuk tanpa batasan penundaan, kehilangan, atau kerusakan produk yang disebabkan oleh pedagang, atau karena peristiwa di luar kendali wajar TikTok).

Keputusan TikTok mengenai jumlah kerugian akan bersifat final, dan penjual tidak dapat mengajukan sengketa terhadap keputusan tersebut. Terlepas dari point 10 dan 11, kewajiban maksimal dan kompensasi maksimal pihak TikTok Shop kepada penjual untuk setiap kasus kehilangan atau kerusakan produk terbatas pada total harga yang dibayarkan oleh pembeli untuk produk yang hilang atau rusak tersebut. Di antara harga yang dibayarkan oleh pembeli dan jumlah kerugian, akan dipilih yang paling rendah.⁹⁵ Untuk menghindari keraguan ganti rugi, pihak TikTok Shop hanya akan memberikan kompensasi kepada penjual terhadap produk yang hilang dan rusak yang disebabkan oleh pihak penyedia layanan logistik, Namun, tetap tunduk pada point 11 tentang batasan kewajiban.⁹⁶

Apabila kita rekap regulasi-regulasi diatas dari 3 platform *e-commerce* yang berbeda, mereka semua memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan atas peran mereka terhadap kasus barang hilang pada transaksi online. Kesamaan dari ketiga platform tersebut adalah, semuanya memiliki regulasinya masing-masing terhadap kejadian barang hilang dalam pengiriman yang mengatur seberapa banyak ganti

⁹⁵ *Ibid*, Aneks 1 'Klaim dan Kompensasi' point 2

⁹⁶ *Ibid*, Ankes 1 'Klaim dan kompensasi' point 3

rugi yang dapat diklaim oleh penjual. Perbedaan dari ketiga *e-commerce* di atas adalah pada Tokopedia dan TikTok Shop, mereka tidak menjelaskan secara rinci perhitungan ganti rugi yang dapat diklaim oleh penjual seperti Shopee yang menjabarkan Skema Penggantian Klaim Dari Jasa Kirim Untuk Barang Rusak/Hilang (Gambar 1). Untuk TikTok Shop bisa kita anggap perhitungan mereka berdasarkan penyedia jasa pengiriman logistik yang mereka pilih karena mereka tidak menyediakan opsi untuk memilih ekspedisi saat pemesanan produk. Pada *TnC* Tokopedia, mereka hanya menjelaskan bahwa apabila terjadi kejadian barang rusak/hilang dalam pengiriman, penjual dapat mengirimkan tiket/complain kepada customer service Tokopedia untuk mengajukan klaim ganti rugi.

B. Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Dan Konsumen Terhadap Barang Hilang Dalam Transaksi Online

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah ditekankan bahwa Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.⁹⁷ Asas-asas tersebut harus dapat direalisasikan dan dipraktikan di kehidupan sehari-hari kita maupun itu dalam kegiatan konvensional atau online. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Chris selaku owner toko online 'Big Deal 48' di beberapa platform *e-commerce*, kita dapat menentukan apakah asas-asas tersebut telah dipraktikan di kehidupan sehari-hari. Pak Chris adalah seorang wirausaha di bidang travel yang berpusat di Kota Jogjakarta, yang mengisi waktu senggangnya dengan berjualan di platform *e-*

⁹⁷ Serlika Aprita dan Atika Ismail, 2023, *Hukum Dagang*, Kencana, Jakarta, hlm. 222

commerce. Hobi yang dimilikinya dijadikan sebuah sarana untuk mendapatkan uang tambahan. Hobi Pak Chris yaitu mengikuti acara dan konser musik idol group Ibu Kota yang sering dikenal dengan nama JKT48. Pak Chris mencari uang tambahan dengan menjual ulang merchandise JKT48 yang biasanya langsung habis ditempat. Dia melihat ini sebagai peluangnya menjual ulang merchandise JKT48 dengan markup harga tertentu yang ditujukan kepada fans JKT48 lainnya yang tidak dapat membelinya secara langsung karena kendala jarak. Platform *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* menjadi pilihannya untuk membuka toko online. Menurut Pak Chris, berniaga di platform *e-commerce* merupakan sebuah peluang yang bagus karena meningkatkan jangkauan produknya ke berbagai kalangan Indonesia. Bahkan penjualannya lebih tinggi daripada ia berjualan secara langsung di konser-konser yang dia datangi. Platform *e-commerce* menurutnya memudahkan ia untuk mendapat kepercayaan dari konsumen karena sistem *e-commerce* yang menjembatani penjual dengan pembeli. Namun, tidak dapat dipungkiri kalau berjualan di platform *e-commerce* juga memiliki kekurangan. Beberapa kendala yang disebutkan adalah barang hilang dalam pengiriman dan barang yang sering dikembalikan karena terjadi kecacatan dalam pengiriman.

Selama beberapa tahun Pak Chris telah berniaga di platform *e-commerce*, kendala barang hilang dalam pengiriman telah terjadi 2 kali. Kasus pertama terjadi di akhir tahun lalu. Pada pertengahan Bulan Desember tahun lalu tepatnya pada tanggal 19 Desember 2023, pak chris mendapat menjual salah satu merchandise JKT48 berupa PhotoCard terbatas kolaborasi dengan brand nivea men. Pak Chris menawarkan barang tersebut melalui sosial media *Twitter* pada waktu itu, dan ada

yang tertarik untuk membelinya. Saat itu, Pak Chris dan pembeli mencapai kesepakatan harga sejumlah Rp150.000. Mereka setuju untuk membagi transaksinya menjadi Rp130.000 langsung ditransfer ke rekening Pak Chris, dan sisa Rp20.000nya digunakan untuk harga yang dipasang di platform Tokopedia untuk di *Check-Out* oleh pembeli. Mereka melakukan ini dengan tujuan mendapatkan gratis ongkir yang disediakan platform Tokopedia. Transaksi tersebut pun telah dilakukan secara normal dengan nomor invoice **INV/20231219/MPL/3633154465** (*Lampiran 7*) dan resi **TLJR3594TMYMY7VG** (*Lampiran 8*). Beberapa hari setelah transaksi tersebut dilaksanakan, konsumen menghubungi Pak Chris dan bertanya kenapa barangnya tidak kunjung sampai. Pak Chris kemudian menanyakan kepada pihak Tokopedia kenapa barangnya tidak kunjung sampai. Setelah diselidiki oleh pihak Tokopedia dan dicek Kembali dengan kurir yang mengantar. Ternyata, kurir tersebut telah mengkonfirmasi bahwa barang tersebut hilang. Setelah konfirmasi dari kurir bahwa barang tersebut hilang, Tokopedia mengkonfirmasi kembali kepada Pak Chris pada tanggal 4 Januari 2024 (*Lampiran 8*) dan menjadikan status pesanan dibatalkan oleh sistem dengan keterangan barang dinyatakan hilang (*Lampiran 9*). Setelah konfirmasi tersebut, uang konsumen langsung direfund kepada Konsumen kedalam saldo Tokopedia nya. Untuk Pak Chris sendiri selaku penjual, diberikan opsi untuk mengklaim kompensasi senilai 10 kali lipat Ongkos Kirim dengan maksimal senilai harga jual yang dipasang pada produk tersebut. Namun, karena harga yang dipasang hanya Sebagian dari kesepakatannya dengan pembeli, ia hanya mendapat kan kompensasi senilai Rp20.000 dari Tokopedia. Terpaksa Pak Chris harus

mengembalikan kepada pembeli secara manual sebanyak Rp130.000 karena barang tidak sampai kepada customer. Bisa dibayangkan Pak Chris mengalami kerugian karena ia membeli barang tersebut dengan harga yang jauh dari Rp20.000. Kompensasi Rp20.000 itu pun otomatis dikembalikan via saldo penjualannya di Tokopedia tanpa perlu diklaim. Pak Chris memaklumi kejadian ini karena menurutnya akhir tahun pasti banyak pesanan yang diterima oleh *e-commerce* dan barang miliknya relatif kecil.⁹⁸

Karena kasus tersebut memiliki beberapa komplikasi seperti kesepakatan diluar platform yang menyebabkan pihak e-commerce tidak dapat mengganti rugi secara penuh, sebagai perbandingan Pak Chris menjelaskan kasus keduanya yang sama-sama kehilangan barang saat pengiriman. Pada awal bulan Oktober tahun ini tepatnya 2 Oktober 2024, Pak Chris mengalami kejadian yang sama dengan produknya yang dijual seharga Rp70.000 dengan nomor invoice pemesanan **INV/20241002/MPL/4192078714** dan Resi pengiriman **TKP01-CT13LFM4** (Lampiran 10). Bedanya dengan kasus sebelumnya, Pak Chris menggunakan harga penuh dalam harga jual di toko onlinenya. Pak Chris mengetahui barangnya hilang dengan cara yang sama yaitu dari komplain Konsumen kepadanya. Setelah ditanyakan kembali kepada pihak Tokopedia, benar saja barang tersebut dinyatakan hilang. Tokopedia memberikan opsi yang sama yaitu untuk melakukan klaim kompensasi hingga 10 kali lipat ongkos kirim. Kali ini Pak Chris melakukan klaim tersebut pada tanggal 15 Oktober 2024, dan hanya perlu memberi foto KTPnya

⁹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Chris, sebagai pemilik Online Shop 'Big Deal 48', pada 20 Oktober 2024

kepada pihak Tokopedia. Kemudian di hari yang sama, kompensasi dari Tokopedia pun masuk ke dalam saldo penjualannya sejumlah Rp70.000 yaitu harga jualnya kepada konsumen (*Lampiran 11*).⁹⁹

Dari wawancara dengan Pak Chris kita dapat mengatakan bahwa asas-asas perlindungan konsumen dari UU No. 8 Tahun 1999 telah terealisasi, namun masih memiliki beberapa celah. Apabila terjadi kelalaian dalam pengiriman yang berakibat merugikan pihak penjual seperti hilangnya barang atau rusaknya barang, penjual berhak untuk mendapatkan kompensasi sepenuhnya sesuai dengan Pasal 4 Angka 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal tersebut menegaskan bahwa hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.¹⁰⁰ Dalam posisi pembeli yang tidak menerima barangnya, mereka juga dapat mengacu pada pasal tersebut. Apabila tidak ada tanggung jawab dari pihak *e-commerce*, konsumen berhak untuk membawanya ke ranah hukum dengan melakukan somasi yang mengacu pada Pasal 1238 KUHPdata. Pasal tersebut menekankan tentang debitur atau pemberi barang yang dinyatakan lalai karena lewatnya waktu yang telah disepakati. Apabila somasi telah dilayangkan dan tidak ada respon apapun dari pihak *e-commerce* maka pembeli dapat melanjutkannya dengan gugatan. Gugatan dapat mengacu ke Pasal 1244 KUHPdata yang menekankan bahwa debitur harus dihukum untuk mengganti biaya, kerugian, dan

⁹⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Chris, sebagai pemilik Online Shop 'Big Deal 48', pada 20 Oktober 2024

¹⁰⁰ Abustan, 2023, *Relasi dan Proteksi Hukum Perlindungan Konsumen*, Edu Publisher, Tasikmalaya, hlm. 54

bunga. Pelaku usaha yang digugat pun dapat dikenakan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak 200 juta sesuai dengan Pasal 60 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.¹⁰¹ Namun, apabila terjadi *Force Majeure* maka akan berlakunya Pasal 1245 KUHPerdara yang mengatur tentang pelepasan tanggung jawab apabila terjadi keterpaksaan peninggalan tanggung jawab karena hal yang diluar kuasa debitur. Setelah kita bedah regulasi yang ada di berbagai *e-commerce*, semua dari 3 platform tersebut telah mengatur tentang adanya *Force Majeure*, ganti rugi, dan pelepasan tanggung jawab.

Berdasarkan wawancara dengan Pak Reno selaku Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, kita bisa mengerti bahwa *Standard Operational Procedure* (SOP) dan regulasi yang berlaku di ekspedisi mereka telah mengikuti standar hukum yang berlaku.¹⁰² Dalam Pasal 468 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) diatur bahwa Perjanjian pengangkutan menjanjikan pengangkut untuk menjaga keselamatan barang yang harus diangkut dari saat penerimaan sampai saat penyerahannya. Hal ini telah diterangkan Pak Reno, bahwa pihak ekspedisi selalu menyasati untuk meminimalisir terjadinya kerusakan dan kehilangan barang. Kemudian dengan pernyataan Pak Reno tentang pihak ekspedisi yang mengganti kerugian kepada pihak *e-commerce* saat terbukti kesalahan memang dari pihak ekspedisi, mengacu kepada Pasal 477 KUHD yang menyatakan bahwa pengangkut

¹⁰¹ Hartanto, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli Dengan Garansi*, CV. Penerbit Qiara Media, Pasuruan, hlm. 60

¹⁰² Hasil Wawancara dengan Bapak Reno, sebagai Kepala Lion Parcel Denpasar Pusat, pada 22 Oktober 2024

juga bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena keterlambatan.¹⁰³ Selain karena keterlambatan, apabila terjadi kerusakan maka kita dapat mengacu pada Pasal 19 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menekankan bahwa pihak ekspedisi selaku pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.¹⁰⁴ Ganti rugi bisa berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis, dan maksimal dikembalikan 7 hari setelah tanggal transaksi.¹⁰⁵ Dalam kasus yang diderita Pak Chris, kompensasi yang diberikan telah melewati tenggat waktu yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen, namun jika kita hitung harinya sejak komplain diajukan, maka masih masuk dalam tenggat 7 hari. Apabila seumpama pihak *e-commerce* maupun pihak ekspedisi tidak mau mengganti rugi atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirim, maka penjual maupun pembeli dapat menggugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau badan peradilan di tempat tinggal konsumen.¹⁰⁶ Sesuai ketentuan-ketentuan yang secara mendasar disebutkan dalam Pasal 1337 dan 1339 KUHPerdara, pelaku usaha tidak hanya bertanggungjawab terbatas pada klausul kontrak yang mengikat mereka. Pelaku usaha juga bertanggung jawab terhadap ketentuan-ketentuan lain yang berada di luar kontrak tersebut (*lex superior derogate lex inferiori*).¹⁰⁷ Namun,

¹⁰³ *Op. Cit.*, <https://smartlegal.id/galeri-hukum/perlindungan-konsumen/2021/11/04/belanja-online-tapi-barang-tidak-sampai-tanggung-jawab-siapa/>

¹⁰⁴ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁰⁵ *Ibid.*, Pasal 19 ayat (2) & (3)

¹⁰⁶ *Ibid.*, Pasal 23

¹⁰⁷ Muhammad Reza S., 2022, *Pengantar Ilmu Hukum dan Aspek Hukum Dalam Ekonomi*, Kencana, Jakarta, hlm. 275-276

dalam Pasal 1338 KUHPerdara mengatur tentang asas kebebasan berkontrak. Dimana asas ini menjelaskan bahwa para pihak memiliki kebebasan untuk menerima atau menyimpnagi ketentuan Undang-Undang yang bersifat opsional.

Pengawasan dalam perlindungan konsumen sangatlah penting. Diatur secara eksplisit dalam Pasal 30 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlingungan Konsumen yang mengatur kewenangan pengawasan terhadap pelaku usaha yang dilakukan oleh Pemerintah, Masyarakat, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).¹⁰⁸ Perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen tersebar luas dan mencakup kewenangan pengawasan ini. Keterlibatan pemerintah dalam melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha dan elemen pengawasan lainnya menunjukkan bahwa pemerintah harus menjadi pihak aktif dalam kegiatan masyarakat untuk menjamin kesejahteraan umum. Pemerintah harus bukan lagi menjadi pihak pasif.¹⁰⁹ Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) adalah salah satu Lembaga Pemerintah yang berperan aktif dalam perlindungan konsumen. Bersama dengan Badan perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)¹¹⁰

¹⁰⁸ Abd. Haris Hamid, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, CV. Sah Media, Makasar, hlm. 6

¹⁰⁹ *Ibid.* hlm. 6

¹¹⁰ Yuni Dhea U., 2021, *Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Pandemi COVID-19 Terhadap Jual Beli Gas LPG 3 KG Menurut Syariah di Kecamatan Bengkalis*, DOTPLUS Publisher, Riau, hlm. 38-40

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian ini, peneliti mencapai Kesimpulan seperti berikut:

1. Peran para pihak penyedia jasa *E-commerce* terhadap terjadinya kasus barang hilang dalam transaksi online, telah kita lihat dari regulasi para platform *e-commerce* dan para mitra mereka. Dalam kasus barang hilang dalam perjalanan, pihak penyedia jasa pengiriman logistik yang juga sebagai mitra platform *e-commerce* berperan sangat penting. Sebagai pihak yang bekerja di lapangan, mereka bertanggung jawab atas barang yang diberikan kepada mereka sesuai dengan Pasal 468 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang yang menekankan bahwa persetujuan pengangkutan menjanjikan pengangkut untuk menjaga keselamatan barang yang harus diangkut dari saat penerimaan sampai saat penyerahannya. Selain peran pihak penyedia jasa pengiriman logistik, pihak *e-commerce* juga berperan dalam bertanggung jawab atas jasa yang mereka berikan. Pihak *e-commerce* berperan sebagai jembatan antara para pihak yang terkait. Apabila terjadi komplain tentang barang yang tidak kunjung sampai, pihak *e-commerce* harus melakukan penyelidikan dengan pihak ekspedisi dan melaporkannya kepada pihak penjual dan pembeli. Pihak *e-commerce* juga berperan dalam

menyediakan jasa asuransi pengiriman, dan melakukan pemberian kompensasi ganti rugi kepada pihak yang berhak mendapatkannya.

2. Bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen terhadap kasus barang hilang dalam transaksi online, dapat dilihat pada Pasal 1, Pasal 2, Pasal 4 angka 8, Pasal 19, dan Pasal 60 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Tanggung jawab pihak e-commerce dapat mengacu kepada Pasal 15 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Diatur juga dalam Pasal 1238, Pasal 1244, Pasal 1245 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Tanggung jawab pihak ekspedisi juga diatur dalam Pasal 468 dan Pasal 477 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang. Berbagai platform *e-commerce* menyediakan jasa asuransi untuk apabila terjadi hilang atau rusaknya barang, penjual dan pembeli dapat menerima kompensasi ganti rugi secara penuh. Pihak penyedia jasa pengiriman logistikpun selalu berusaha untuk menjaga keamanan barang yang mereka terima dan kirim. Apabila ada ketidak sesuaian sedikitpun, pihak ekspedisi akan langsung melaporkan kepada pihak *e-commerce* untuk dilaporkan kepada pengguna yang mendapat kerugian.

B. Saran

1. Bagi Platform *E-commerce* dan Penyedia Jasa Pengiriman Logistik (Ekspedisi)

Sebagai pihak e-commerce, sebenarnya tidak banyak yang dapat dilakukan terkait keamanan barang dalam pengiriman selain

memberikan asuransi jaminan dan ganti rugi. Jadi alangkah baiknya bagi pihak *e-commerce* untuk meningkatkan edukasi kepada pengguna platform terkait jaminan keamanan barang yang mereka jual. Selain itu, para penjual di *e-commerce* juga dapat diberikan sebuah standar dalam pembungkusan barang yang mereka jual apabila barang tersebut relatif kecil dan rawan hilang. Dengan menyediakan standar pembungkusan seperti pemberian label berwarna yang cerah dan menarik perhatian, pihak ekspedisi dapat mencegah hilangnya paket yang kecil dan rawan hilang. Selain pemberian label warna, bisa juga standar minimal ukuran paket diperbesar agar mudah terlihat oleh penyortir dari pihak ekspedisi. Sebagai opsi yang tidak membebankan kepada pengguna platform, pihak *e-commerce* dapat membuat sebuah kesepakatan dengan pihak ekspedisi terkait paket kecil untuk disortir secara khusus dan diberikan tempatnya sendiri. Sebagai pihak Ekspedisi yang bertanggung jawab terhadap pengangkutan barang dalam transaksi online, perlu diperhatikan secara rinci terkait operasional penyortiran paket. Paket yang dikirimkan melalui ekspedisi harus ditangani secara baik dan tidak sembarangan. Apabila paket rusak/hilang yang diakibatkan kelalaian pihak ekspedisi dalam menangani paket, operasional ekspedisi pun harus menerima kerugian. Pihak ekspedisi harus menyiasati penjagaan keamanan barang kiriman dengan itikad baik. Lebih baik jika setiap tahap penerimaan dan pengiriman barang didokumentasikan agar laporan semakin jelas. Dengan adanya dokumentasi, penyelidikan

barang rusak/hilang tidak akan memakan begitu banyak waktu dan tenaga. Dokumentasi bisa berupa pemasangan CCTV di dalam Gudang penyortiran ekspedisi, dan kewajiban kurir untuk memfoto paket yang telah diantar. Untuk menghindari paket hilang setelah diantar karena penerima tidak ada dirumah, lebih baik jika para kurir menaruh barang tersebut di tempat yang tidak menarik perhatian atau susah dijangkau orang luar. Tidak hanya asal menaruhnya di tempat yang beresiko tinggi terjadinya pencurian paket. Dengan begitu pihak *e-commerce* dan ekspedisi tidak akan perlu mengganti rugi barang yang hilang.

2. Bagi Pelaku Usaha *e-commerce* dan Konsumen

Sebagai Pelaku Usaha *e-commerce*, kepuasan konsumen harus menjadi prioritas. Hilangnya barang dalam pengiriman memanglah diluar kendali penjual, tapi hal tersebut memberikan kesan yang tidak baik untuk konsumen. Pelaku usaha sebaiknya berinisiatif untuk mencegah hal tersebut. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan mengirimkan barang yang relatif kecil dan rawan hilang dalam kemasan yang mudah dilihat. Kemasan yang mudah dilihat dan menarik perhatian tentunya dapat mengecilkan kemungkinan barang itu untuk hilang dalam pengiriman. Selain untuk mencegah, pelaku usaha juga harus realistis dalam memakai asuransi. Kebanyakan pelaku usaha tidak ingin mengeluarkan uang ekstra sebagai asuransi keamanan barangnya. Namun, jika sekiranya harga barang melebihi 10 kali lipat ongkos kirim maka lebih baik jika memakai asuransi dari *e-commerce*. Selain menjaga

keamanan barang, ini juga mencegah terjadinya kerugian yang signifikan. Lebih baik mengeluarkan dana sedikit lebih banyak daripada berpotensi menerima kerugian yang signifikan. Konsumen perlu mengerti bahwa terjadinya kerusakan dan kehilangan barang dalam pengiriman merupakan hal yang berada diluar kendali penjual. Konsumen lebih baik berinisiatif menggunakan asuransi yang disediakan pihak *e-commerce* daripada mendapatkan barang yang rusak atau tidak mendapatkannya sama sekali tanpa menerima ganti rugi.



DAFTAR PUSTAKA

A. Al Qur'an

QS Al Baqarah: 168

QS Al Maaidah: 88

B. Buku

Abd. Haris Hamid, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, CV. Sah Media, Makasar.

Abustan, 2023, *Relasi dan Proteksi Hukum Perlindungan Konsumen*, Edu Publisher, Tasikmalaya.

Alexander Thian, 2022, *Hukum Bisnis*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Amir, N. H., et. Al., 2023, *Perilaku Konsumen Dalam Era E-Commerce*, CV. Intelektual Manifes Media, Badung

Andika Wijaya, 2016, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Sinar Grafika, Jakarta.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.

Hartanto, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli Dengan Garansi*, CV. Penerbit Qiara Media, Pasuruan.

Hasanal Mulkan et al., 2024, *Pengantar Hukum Bisnis*, Kencana, Jakarta.

Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram.

Muhammad Reza S., 2022, *Pengantar Ilmu Hukum dan Aspek Hukum Dalam Ekonomi*, Kencana, Jakarta.

Panjaitan H., 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jala Permata Aksara, Jakarta.

Philip Kotler, 1980, *Principles of Marketing*, Pretince-Hall Inc, Engglewood Cliffs, New Jersey

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

- Rinda Prima P., 2023, *Hukum Pidana Ekonomi*, Eureka Media Aksara, Purbalingga.
- Rio Christiawan, 2021, *Aspek Hukum Startup*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Serlika Aprita dan Atika Ismail, 2023, *Hukum Dagang*, Kencana, Jakarta.
- Sriminarti, N., et al., 2024, *Buku Ajar E-Commerce*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Suyanto, et al. 2024, *Aspek Hukum Dalam Perekonomian*, Academia Publication, Lamongan.
- Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia, 2006, *Panduan Bantuan Hukum di Indonesia*, Sentralisme Production, Jakarta.
- Yuni Dhea U., 2021, *Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Pandemi COVID-19 Terhadap Jual Beli Gas LPG 3 KG Menurut Syariah di Kecamatan Bengkalis*, DOTPLUS Publisher, Riau, hlm. 38-40
- Zulham, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta
- Zulham, 2018, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, Kencana, Jakarta, hlm. 22

C. Peraturan Perundang-Undangan

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi elektronik
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

D. Jurnal dan Karya Tulis Ilmiah

- Alfina Maharani & Adnand Darya Dzikra, 2021, Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan konsumen di indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan pelaku usaha, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 2, No. 6
- Ashabul Kahpi, 2018, Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia, *Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum*, Vol. 5, No. 1

- Choiril Anam, 2018, E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah, *Qawānīn Journal of Economic Syariah Law*, Vol. 2, No. 1
- Firdaus, M. R, 2018, E-Money dalam perspektif hukum ekonomi syariah, *Jurnal Tahkim*, Vol. 12, No.1
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P, 2021, Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI, *Jurnal Informatika Kesatuan*, Vol. 1, No. 1
- Lestari, Tri Rahayu, 2017, “Hubungan Antara Perilaku Konsumen Dengan Minat Membeli Produk di Wardah Beauty House Medan”, *Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*, Medan
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M., 2022, Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar, *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, Vol 4, No. 1
- Nasution, R., Rizal, F., Tarigan, S. P., Nugroho, O. S., Hayati, W., & Erma, Z., 2024, Sosialisasi Penerapan Hukum Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Manfaat dan Perbuatan yang Dilarang Serta Hal-Hal yang Diatur Didalamnya, *Jurnal Abdimas Upmi*, Vol. 3, No.2
- Rahmadi Indra Tektona, 2016, “Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Transaksi ECommerce Berdasarkan Hukum Perdagangan Internasional”, *Jurnal Supremasi*, Vol. 6, No. 2
- Rahmanto, T. Y., Kav, J. H. R. S., & Kuningan, J. S., 2019, Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 19 No. 1
- Rahmanto, T. Y., Kav, J. H. R. S., & Kuningan, J. S., 2019, Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 19 No. 1
- Rangkuty, D., 2021, Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkatkan di Indonesia?, *Unusia Conference*, Vol. 1, No. 1
- Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Saputra, P. A. A., 2022, Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: suatu Perspektif Hukum Islam, *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2,
- Yusri, M., 2011, Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam, *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, Vol. 7, No. 1

E. Internet

- ‘Belanja Online Tapi Barang Tidak Sampai, Tanggung Jawab Siapa?’,
<https://smartlegal.id/galeri-hukum/perindungan-konsumen/2021/11/04/belanja-online-tapi-barang-tidak-sampai-tanggung-jawab-siapa/> diakses 21 Oktober 2024 pkl. 21.23
- ‘Kebijakan Pengembalian Barang dan Dana’ Kebijakan Shopee,
<https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73503-Kebijakan-Pengembalian-Barang-dan-Dana?previousPage=search+recommendation+bar&previousPage=other+articles> diakses tanggal 8 oktober 2024 pkl. 17.56
- ‘Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop’, https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=5833735817053953&default_language=id-ID&identity=1 diakses 12 Oktober 2024 pkl 15.59
- ‘Ketentuan Logistik TikTok Shop’, https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=3753508991272706&default_language=id-ID&identity=1, diakses 12 Oktober 2024 pkl. 17.57
- ‘Pedoman Pembatalan Pesanan, Pengembalian Pesanan, dan Pengembalian’, https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=6837727601690370&identity=1&_gl=1*1dzw36w*_ga*NzQxODkyNjEyLjE3MTc5NDYwMjE.*_ga_BZBQ2QHQP*MTcyODcxNDk2NS42LjEuMTcyODcxNDk3OC4wLjAuMA diakses 12 Oktober 2024 pkl. 20.35
- ‘Syarat Layanan’ Kebijakan Shopee,
<https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71187?previousPage=other+articles> diakses tanggal 8 Oktober 2024 pkl. 16.45
- ‘Terms & Condition’, Penarikan Dana,
<https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#withdrawal> diakses tanggal 27 September 2024 pkl. 14.30
- ‘Terms & Condition’, Pengiriman Barang,
<https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#pengiriman> diakses tanggal 27 September 2024 pkl. 14.26
- ‘Terms & Condition’, Penolakan Jaminan Dan Batasan Tanggung Jawab,
<https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#responsibility> diakses tanggal 27 September 2024 pkl. 14.40

- 'Terms & Condition', Tarif Pengiriman,
<https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#tarif-pengiriman>
diakses tanggal 27 September 2024 pkl. 14.20
- 'Terms & Condition', Transaksi Pembelian,
<https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#buy> diakses tanggal 27
September 2024 pkl. 13.25
- 'Terms & Condition', Transaksi Pembelian,
<https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#ganti-rugi> diakses
tanggal 27 September 2024 pkl. 14.45
- 'Terms & Condition', Transaksi Penjualan,
<https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#sell> diakses tanggal 27
September 2024 pkl. 14.15
- Ahmad Wijaya, 'Kemenkop dan UKM: Merger TikTok-Tokopedia tak
untungkan UMKM Indonesia',
<https://www.antarane.ws.com/berita/4242859/kemenkop-dan-ukm-merger-TikTok-tokopedia-tak-untungkan-umkm-indonesia#:~:text=Platform%20media%20sosial%20asal%20China,kepemilikan%20saham%2075%2C01%20persen>, diakses 12
Oktober 2024 pkl. 15.47
- Badan Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). Konsumen. In
Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka.
<https://kbbi.web.id/Konsumen> diakses 10 September 2024 pkl.
20.14
- Cara Mudah Klaim Barang Hilang/Rusak', [https://shopee.co.id/m/klaim-
barang-hilang-rusak](https://shopee.co.id/m/klaim-barang-hilang-rusak) diakses pada tanggal 21 Oktober 2024 pkl.
18.02
- Erwin Haryono, Atas Kontribusinya Akselerasi Digitalisasi di Masyarakat,
QRIS Raih Penghargaan Internasional
[https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-
release/Pages/sp_2521123.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2521123.aspx) diakses 10 September 2024 pukul
16.22
- Jasa Kirim 'Kebijakan & Proses Penggantian Klaim Barang Hilang/Rusak
saat Pengiriman', <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17986>
diakses pada tanggal 21 Oktober 2024 pkl. 16.40
- Mengenal Transaksi Elektronik [https://kemlagi.mojokertokab.go.id/detail-
artikel/mengenal-transaksi-elektronik-1695783199#](https://kemlagi.mojokertokab.go.id/detail-artikel/mengenal-transaksi-elektronik-1695783199#) diakses 10
September 2024 pukul 16.10
- Muhammad Ibrahim, Tokopedia dan JNT Menolak Klaim Barang Hilang
yang Diasuransikan <https://infobanknews.com/tokopedia-dan-jnt->

menolak-klaim-barang-hilang-yang-diasuransikan/ diakses 25 Agustus 2024 Pukul 16.13

Muhammad Idris, Apa Itu Marketplace dan Bedanya dengan Toko Online Maupun E-Commerce?,
<https://money.kompas.com/read/2021/09/29/134757926/apa-itu-marketplace-dan-bedanya-dengan-toko-online-maupun-e-commerce?page=all> diakses tanggal 19 agustus 2024 pkl. 15.50.

Siti Marliah, “Produsen Adalah: Pengertian dan Perannya dalam Perekonomian”,
https://www.gramedia.com/literasi/produsen/#Pengertian_Produsen di akses pada Selasa 10 Agustus, 2023 Pukul 13:33 WIB

