

SKRIPSI
TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E- COMMERCE
SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA



Oleh :
Nozelina Nurul Oceani Nusry
040 2018 0176

Diajukan Sebagai Tugas Akhir Dalam Rangka Penyelesaian Studi

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2022

HALAMAN JUDUL

TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E- COMMERCE

SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA

Diajukan dan Disusun

Oleh

Nozelina Nurul Oceani Nusry

040 2018 0176

SKRIPSI

Skripsi Ini Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Pada Fakultas Hukum Program

Studi Ilmu Hukum Di Universitas Muslim Indonesia

PADA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

MAKASSAR

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Dengan ini diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama : Nozelina Nurul Oceani Nusry

Stambuk : 04020180176

Program Studi : Ilmu Hukum

Bagian : Hukum Dan Masyarakat

Judul Skripsi/ Penelitian : **TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E- COMMERCE SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA**

Dasar Penetapan Pembimbing : **0544/H.05/FH-UMI/XI/2021**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam ujian skripsi.

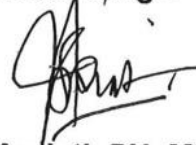
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Ilham Abbas, SH.,MH.

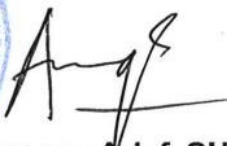
Pembimbing II



Dr. Asriati, SH.,MH.

Mengetahui

Ketua Bagian Hukum Dan Masyarakat



Dr. Hj. Anggreany Arief, SH.,MH.

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Di terangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama : Nozelina Nurul Oceani Nusry

Stambuk : 04020180176

Program Studi : Ilmu Hukum

Bagian : Hukum Dan Masyarakat

Judul Skripsi/ Penelitian : **TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN
BARANG MELALUI E- COMMERCE
SHOPEE YANG TIDAK SESUAI
PESANAN DI INDONESIA**

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir
program studi.

Dikeluarkan di : Makassar

Pada Tanggal : Juli 2022



Dekan Fakultas Hukum

Prof. Dr. H. La Ode Husen, S.H., M.H.

PENGESAHAN SKRIPSI
TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E- COMMERCE
SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA

Diajukan dan Disusun

Oleh

Nozelina Nurul Oceani Nusry

040 2018 0176

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Skripsi

Pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum Fakultas Hukum

Universitas Muslim Indonesia

Pada, Juli 2022

Makassar, Juli 2022

Panitia Ujian,

Ketua



Dr. Ilham Abbas, SH.,MH.

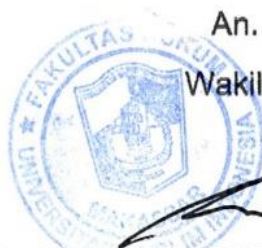
Anggota



Dr. Asriati, SH.,MH.

An. Dekan

Wakil Dekan I,



Dr. Muhammad Rinaldy Bima, S.H., M.H

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Di terangkan bahwa skripsi tersebut dibawah ini :

Nama : Nozelina Nurul Oceani Nusry

Stambuk : 04020180176

Program Studi : Ilmu Hukum

Bagian : Hukum Dan Masyarakat

Dasar Penetapan Pembimbing : **0544/H.05/FH-UMI/XI/2021** Judul

Judul Skripsi/ Penelitian : **TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E- COMMERCE SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA**

Telah dipertahankan dihadapan Majelis Penguji pada tanggal Juli 2022 dan dinyatakan telah lulus oleh tim penguji.

Disahkan Oleh :

1. Dr. Ilham Abbas, S.H.,M.H.
2. Dr. Asriati, S.H.,M.H.
3. Dr. Hj. Anggreany Arief, S.H.,M.H.
4. Muh. Zulkifli Muhdar, S.H.M.H.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nozelina Nurul Oceani Nusry

Stambuk : 04020180176

Bagian : Hukum Dan Masyarakat

Judul Skripsi/ Penelitian : **TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E- COMMERCE SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi terhadap karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi karena perbuatan tersebut.

Makassar, Juli 2022

Yang Menyatakan

Nozelina Nurul Oceani Nusry

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, serta nikmat kekuatan, nikmat kesempatan terlebih lagi nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan Judul **“TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E- COMMERCE SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA”** tak lupa pula, shalawat salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga, sahabat dan pengikutnya yang telah menggulung tikar-tikar kebatilan dan membentangkan permadani - permadani Islam.

Skripsi ini ditulis dan disusun sebagai tugas akhir penulis guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan jenjang Strata Satu Program Studi Ilmu Hukum dan memperoleh gelar sebagai Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia.

Penyusunan skripsi ini saya peruntukan untuk kedua orang tua terkasih saya Ayahanda **M.Taufik Nusry M.Mar.E.** dan Ibunda **Nur Purialawaty** dan **St.Attalawati Idhan**, dan Saudara- Saudara saya **Pistoneris Muh Oceano N, Akifah Lubna Oceani N, Najla Muthia Oceani N, Athazaky Oceano N, dan Syafazea Oceani N** yang selalu memberikan dorongan dan motivasi serta telah menafkahi penulis dalam menyelesaikan studi penulis dengan penuh perjuangan menempuh hidup yang keras dan penuh rintangan ini.

Disamping itu penulis tak lupa pula menyampaikan banyak terima kasih dan pengharapan setinggi- tingginya kepada :

1. Terspesial kepada ALLAH SWT yang selalu memberi petunjuk semangat, dorongan dan motivasi ketika penulis dalam masa sulit.
2. Bapak **Prof. Dr. H. Basri Modding, S.E., MSi** Selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia beserta para Wakil Rektor beserta seluruh jajarannya.
3. Bapak **Prof. Dr. H. La Ode Husain S.H.,M.H.** Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia beserta Wakil Dekan atas segala perhatian dan bimbingannya.
4. Ibu **Dr. Hj. Anggreany Arief, SH.,MH.** Selaku Ketua Bagian Hukumdan Masyarakat
5. Selaku Pembimbing I **Bapak Dr. Ilham Abbas S.H.,M.H.** dan Selaku Pembimbing II Ibu **Dr. Asriati, S.H.,M.H.**
6. Selaku Penguji, Ibu **Dr. Hj. Anggreany Arief, SH.,MH** dan Bapak **Muh. Zulkifli Muhdar, S.H.M.H.**
7. Seluruh Dosen Fakultas hukum Universitas Muslim Indonesia yang telah mendidik Penulis dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang baru mengenai ilmu hukum.
8. Ibu selaku penasihat akademik yang selalu memberikan saran dan kritik kepada penulis selama masa studi di Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia

9. Untuk Keluarga besar saya.
10. Keluarga besar **Kesatuan Reaksi Intelektual** (KRISC) tempat Penulis menemukan rumah serta keluarga kedua.
11. Tempat KKPH Polda Sulawesi Selatan
12. Sahabat- Sahabat Penulis Andi Ayunovitasari, Iffah inayah syam, Dewi fatimah syam, Fasya Adinda Maharani yang telah membantu penulis selama menempu studi di fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberi bantuan serta masukan kepada Penulis, dan semoga pula skripsi ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum khususnya Ilmu Hukum dan Masyarakat pada masa mendatang. Aamiin

Makassar, 10 Mei 2022

(Nozelina Nurul Oceani Nusry)

ABSTRAK

Nozelina Nurul Oceani Nusry 040 2018 0176, “Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Melalui E-Commerce Shopee Yang Tidak Sesuai Pesanan Di Indonesia”, dibawah bimbingan Bapak (Ilham Abbas) sebagai pembimbing ketua, dan Ibu (Asriati) sebagai pembimbing anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli Melalui E-Commerce Di Indonesia. Untuk mengetahui dan menganalisis Tanggungjawab E-Commerce (Shopee) terhadap konsumen menerima barang yang tidak sesuai pesanan.

Metode penelitian ini adalah metode yuridis normative yaitu metode pendekatan yang menggunakan konsep legis positif yang menyatakan bahwa hukum adalah identik dengan norma-norma yang dibuat dan diundangkan oleh Lembaga-Lembaga atau pejabat yang berwenang.

Hasil penelitian ini penulis menarik kesimpulan tentang sebagai bagian dari transaksi elektronik, maka e-commerce dapat diatur dalam undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Jual beli melalui e-commerce sama halnya dengan jual beli secara konvensional, maka secara tidak langsung jual beli e-commerce tunduk dan patuh pada pasal 1457-pasal 1540 KUHPerdara. Sehubungan dengan hal tersebut, maka jual beli e-commerce harus memenuhi syarat sah suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam pasal 1320 KUHPerdara. Secara khusus, perlindungan konsumen dan peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2019 tentang penyelenggaraan system dan transaksi elektronik. Perlindungan tersebut merupakan wujud dari tidak terpenuhinya hak konsumen atas ketidak sesuaian barang yang diterima. Pertanggungjawaban Shopee dilakukan dengan cara melakukan pengembalian dana kepada pembeli setelah melakukan validasi terlebih dahulu. Pemerintah perlu melakukan sosialisasi tentang hak-hak konsumen yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan di Indonesia sehingga kedepannya masyarakat lebih paham dan mawas jika terjadi kecurangan atas pembelian barang yang mereka lakukan lewat e-commerce, diperlukan juga sosialisasi kepada penjual di e-commerce bahwa terdapat kewajiban yang harus mereka laksanakan dan supaya paham bahwa segala transaksi atau kegiatan menyeleweng yang penjual lakukan akan dipertanggungjawabkan secara hukum.

Rekomendasi hasil penelitian ini diharapkan kedepannya bahwa Shopee menyediakan layanan keluhan pelanggan secara offline. Di mana Shopee mempunyai office center di masing-masing kota. Sehingga konsumen akan lebih mudah dalam menjelaskan keluhan dan lebih mudah untuk memintai pertanggungjawaban kepada pihak Shopee, apabila konsumen merasa dirugikan pada saat melakukan transaksi pada platform Shopee.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Umum Tentang E- Commerce.....	10
1. Pengertian E- Commerce	10
2. Landasan Hukum E- Commerce	13
3. Jenis- Jenis E- Commerce	20
4. Pihak Yang Terkait Dalam Transaksi E- Commerce	22
5. Metode Transaksi Dalam E- Commerce	25
6. Shopee Sebagai E- Commerce.....	28

B. Tinjauan Umum Tentang Konsumen	29
1. Pengertian Konsumen	29
2. Unsur- Unsur Konsumen	30
3. Hak dan Kewajiban Konsumen	33
C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	34
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	36
2. Asas- Asas Perlindungan Konsumen	36
3. Tujuan Perlindungan Konsumen	37
4. Subjek dan Objek Perlindungan Konsumen	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Tipe Penelitian	40
B. Pendekatan Metode Penelitian	40
C. Jenis dan Sumber Bahan Hukum.....	41
D. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum.....	41
E. Analisis Bahan Hukum	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli Melalui E- Commerce Di Indonesia.....	43
B. Tanggung Jawab E- Commerce (Shoope) Terhadap Konsumen Menerima Barang Yang Tidak Sesuai Pesanan.....	51
BAB V PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, banyak ide-ide yang bermunculan terkait dengan pembaruan teknologi demi memudahkan manusia untuk beraktifitas, salah satunya ialah ide dalam penerapan teknologi yang bergerak dalam kegiatan jual beli berbasis aplikasi digital yang saat ini disebut dengan *E-Commerce*, dan penerapannya mudah diakses melalui gawai. Sehingga masyarakat terbantu dengan mudahnya melakukan kegiatan jual beli melalui internet tanpa harus keluar rumah.

E-Commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui transaksi ini, konsep mengenai pasar tradisional di mana penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung berubah menjadi konsep *telemarketing*, yaitu dimana penjual dan pembeli melakukan kegiatan perdagangan jarak jauh dengan menggunakan internet. Cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan pun telah berubah seiring berkembangnya sistem *E-Commerce*. Melalui *E-Commerce* hampir semua sistem yang digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi atau bahkan berubah, di samping itu tentunya konsumen memiliki kemampuan untuk memilih, mengumpulkan, maupun

mengkomparasi informasi mengenai barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa batas wilayah.

Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Sebagai konsumen, kita harus jeli di dalam membeli suatu barang. Biasanya di dalam suatu transaksi jual-beli secara *e-commerce* terdapat suatu perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdata, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan ialah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian, kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya.¹

Salah satu E-Commerce di Indonesia adalah Shopee. Di mana Shopee adalah E-Commerce yang menawarkan berbagai macam kebutuhan pria dan Wanita yang menyesuaikan gaya hidup di Indonesia. Sesuatu yang menarik dari Shopee adalah barang yang ditawarkan merupakan barang yang sedang trendi pada saat ini

¹ Suharnoko, Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus, Kencana, Jakarta, 2004, hal.3

sehingga produk yang ditawarkan oleh Shopee kepada konsumen selalu mengikuti kebutuhan gaya hidup yang semakin modern, dan dalam hal ini Shopee menawarkan berbagai macam produk seperti pakaian wanita, pakaian pria, barang elektronik, alat rumah tangga, kebutuhan olahraga, dll.² Hal ini mengakibatkan banyak konsumen yang gemar melakukan transaksi di marketplace Shoopee.³

Berdasarkan riset terbaru iPrice, Shopee menjadi aplikasi E-Commerce nomor satu di Indonesia secara MAU (monthly active user). Selain itu, Shopee juga menjadi aplikasi dengan jumlah rata-rata pengguna aktif tertinggi di Indonesia. Shopee juga dinobatkan sebagai aplikasi E-Commerce mobile dengan jumlah pengunduh aplikasi terbanyak. selama kuartal II-2020 Lebih dari 260 juta transaksi yang berhasil dicatatkan. Jika dirata-rata dalam sehari, Shopee mencatatkan lebih dari 2,8 juta transaksi, meningkat lebih dari 130% dari periode sama tahun lalu.⁴ Bahkan berdasarkan hasil penelitian dari lembaga lain yaitu YouGov Shopee dikategorikan menjadi Top Buzz Ranking aplikasi E-Commerce nomor 1 di Indonesia. Shopee juga meraih peringkat 1 untuk aplikasi E-

² Valentin, "Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shoopee", Jurnal EMBA, Volume 6, No 4, September 2018.

³ <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 18:59 Wita.

⁴ <https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-transaksi-di-shopee-lebih-dari-28-juta-transaksi-per-hari>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 19:05 Wita.

Commerce dengan pengguna aktif terbanyak, jumlah download dan total time spent in app on Android berdasarkan App Annie.⁵

Namun dengan hadirnya E-Commerce seperti Shopee tidak menutup kemungkinan akan adanya terjadi pelanggaran yang dapat mengakibatkan kerugian kepada konsumen. Dalam E-Commerce, pihak yang melakukan transaksi secara fisik tidak saling bertemu, maka kemungkinan lahirnya berbagai bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Sisi negatif lainnya yang sering kali tampak dalam transaksi E-Commerce adalah apabila barang yang ditawarkan berkualitas rendah atau pelayanan yang diberikan oleh produsen kurang memuaskan⁶, produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.⁷

Kegiatan jual beli yang baik dan jujur pun telah diperingatkan Allah SWT melalui Al-Qur'an tepatnya pada surah Al-A'raf ayat 85, yang berbunyi :

وَالِى مَدِينِى أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يٰقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ إِلٰهٍ غَيْرُهُ
قَدْ جَاءَكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ
أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ

⁵ Ibid,.

⁶ Subekti, "Hukum Perjanjian", (Jakarta: Intermasa,2004), hlm. 79.

⁷ Dikdik Arief dan Elisastris, "Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi", (Bandung: PT. Refika Aditama,2005), hlm. 145.

Terjemahannya :

“Dan kepada penduduk Madyan, Kami (utus) Syuaib, saudara mereka sendiri. Dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah. Tidak ada tuhan (sembahan) bagimu selain Dia. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan jangan kamu merugikan orang sedikit pun. Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu orang beriman”.

Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satu hak dasar konsumen yang harus dilindungi adalah kepastian hukum. Permasalahan dalam kepastian hukum e-commerce, misalnya mengenai keabsahan transaksi bisnis dari aspek hukum perdata. Permasalahan lain yang timbul misalnya berkenaan dengan jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen, kewajiban sehubungan dengan pajak, hukum yang ditunjuk jika terjadi pelanggaran perjanjian atau kontrak, masalah yurisdiksi hukum dan juga masalah hukum mana yang harus diterapkan bila terjadi sengketa. Jaminan keamanan transaksi e-commerce sangat diperlukan untuk melindungi konsumen agar semakin menumbuhkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume transaksi melalui e-commerce.

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Undang-undang No. 8 tahun 1999

Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁸ Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya.

Sedangkan pelaku usaha bisa dituntut apabila barang/jasa yang diinginkan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian jual beli, sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 8 Ayat (2) menyatakan bahwa: “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud”.

Kasus mengenai kerugian yang dialami konsumen Shoope atas produk yang tidak sesuai dengan dideskripsikan dan diperjanjikan yang dialami oleh Ibu Yohana di mana melakukan pembelian Skincare Trial Kit yang di mana dijanjikan akan menerima 1 pcs serum 30 ml, 2 pcs cream 5ml, dan 1 pcs water 15 ml, namun setelah produk tersebut tiba yang diterima masing masing produk hanya 1 pcs sehingga total menjadi 3 pcs, padahal yang dijanjikan adalah sebanyak 4 pcs.⁹

⁸ Undang-undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁹ <https://mediakonsumen.com/2020/09/12/surat-pembaca/produk-kurang-shopee-beralasan-bahasa-inggris-yang-salah>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 19:36 Wita.

Walaupun terikat dengan Undang-Undang yang berlaku di Indonesia, *E-Commerce* Shopee memiliki perjanjian berupa syarat dan ketentuan dengan penggunanya sebelum berselancar didalam platformnya. Hal tersebut bukan sebuah bentuk aturan otoritan dari perusahaan, tetapi sebagai kesepakatan untuk keamanan dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi *E-Commerce* Shopee itu sendiri. Sesuai dengan asas kebebasan berkontrak, yang berarti setiap orang bebas untuk mengadakan suatu perjanjian yang memuat syarat-syarat perjanjian macam apapun, sepanjang perjanjian itu dibuat secara sah, beriktikad baik, dan tidak melanggar ketertiban umum.

Namun dalam penerapannya, terkadang pihak penjual dari Shopee melanggar ketentuan perjanjian itu sendiri, sehingga membuat konsumen merasa tidak aman dikarenakan konsumen tidak memiliki kepastian atas bentuk tanggungjawab dari pihak Shopee, yang juga menimbulkan ketidak pastian hukum dari pihak konsumen, dan membuat konsumen tidak merasa aman dan nyaman dalam melakukan kegiatan transaksi melalui platform *E-Commerce* dalam hal ini Shopee.

Berdasarkan Dari Uraian Latar Belakang Tersebut Di Atas, Penulis Tertarik Untuk Melakukan Penelitian Terkait **“TINJAUAN YURIDIS PEMBELIAN BARANG MELALUI E-**

COMMERCE SHOPEE YANG TIDAK SESUAI PESANAN DI INDONESIA.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimanakah Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli melalui E- Commerce Di Indonesia?
2. Bagaimana Tanggung Jawab E- Commerce (Shoope) Terhadap Konsumen Menerima Barang Yang Tidak Sesuai Pesanan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli melalui E- Commerce Di Indonesia.
2. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Tanggung Jawab *E-Commerce* (Shoope) Terhadap Konsumen Menerima Barang Yang Tidak Sesuai Pesanan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai andil pemikiran penulis dalam penyelesaian masalah konsumen terkait dengan transaksi elektronik.

- b. Berguna sebagai bahan teknis yang dapat mempengaruhi prosedur serta sistem perlindungan konsumen elektronik.

2. Manfaat Teoritis

- a. Menjadi bahan kajian dalam bidang hukum terkhusus perlindungan konsumen dalam konsep transaksi daring.
- b. Menjadi sumber yang valid bagi penelitian sejenis dimasa depan sehingga membantu dinamika perkembangan hukum yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang *E- Commerce*

1. Pengertian *E- Commerce*

E-Commerce (*electronic commerce*) merupakan transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan komputer yaitu internet. Internet merupakan “*a global network of computer network*” atau jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia yang saling berhubungan satu sama lain. Salah satu fungsi internet adalah sebagai infrastruktur utama *E-Commerce*.¹⁰

Electronic Commerce atau yang disingkat dengan *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), service providers dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.¹¹

¹⁰ Muhammad, “*Visi Al-Qur’an Tentang Etika dan Bisnis*”, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm.118.

¹¹ Abdul Hakim dan Teguh Prasetyo, “*Bisnis E-Commerce Studi: Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*”, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hlm. 1

Sedangkan menurut Menurut Julian Ding sebagaimana dikutip oleh Mariam Darus Badruzaman memberikan definisi yaitu: *“Electronic Commerce, or E-Commerce as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationships for the supply of goods, services or the acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into an electronic medium (or digital medium) when the physical presence of the parties is not required. And the medium exists in a public network or system as opposed to a private network (Closed System). The public network or system must be considered an open system (e.g the internet or the world wide web), the transactions are concluded regardless of national boundaries or local requirements”*.¹²

Terjemahan bebasnya adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (*digital medium*) di mana para pihak tidak hadir secara fisik dan medium ini terdapat dalam jaringan umum dengan system terbuka yaitu internet atau *world wide web*. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.

Pengertian *E-Commerce* menurut Laudon (1998) adalah suatu proses untuk menjual dan membeli produk-produk secara elektronik

¹² Mariam Darus, *“Aneka Hukum Bisnis”*, (Bandung: Alumni, 1994), hlm. 2883.

oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan perantara komputer yaitu memanfaatkan jaringan komputer. Definisi *E-Commerce* menurut David Baum (1999) adalah satu set teknologi, aplikasi-aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.¹³

Menurut Kalakota dan Whinston meninjau pengertian *E-Commerce* dari beberapa perspektif, yaitu :¹⁴

a) Perspektif Komunikasi

Pada perspektif *E-Commerce* merupakan sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.

b) Perspektif Proses Bisnis

Pada perspektif ini *E-Commerce* merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi-transaksi bisnis dan alur kerja (*workflow*).

c) Perspektif Layanan

Pada perspektif ini, *E-Commerce* adalah suatu alat yang memenuhi keinginan yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk

¹³ Iman Sjahputra, "*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*", (Bandung Alumnus, 2010), hlm. 14.

¹⁴ Arsyad Sanusi, "*Hukum E-Commerce*", (Jakarta: Sasrawarna, 2011), hlm. 217-218.

menurunkan biaya-biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

d) Perspektif Online

Pada perspektif ini *E-Commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.

2. Landasan Hukum *E- Commerce*

Dengan berkembangnya teknologi, maka hukum yang mengatur pun harus mengikuti dinamika perkembangan teknologi, tak terkecuali dalam perkembangan E-Commerce. UU ITE adalah dasar hukum yang menjadi landasan bagi kegiatan transaksi elektronik, Pasal 1 angka 2 UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Ketentuan ini menjelaskan mengenai ruang lingkup E-Commerce yang juga merupakan sebagai suatu perbuatan hukum yang memiliki landasan hukum yang jelas.

Adapun Landasan Hukum *E- Commerce* adalah sebagai berikut :

a) KUHPerdata

Dalam pandangan umum, transaksi jual beli merupakan salah satu jenis Perjanjian yang diatur dalam buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata), perjanjian ini termasuk salah satu perjanjian riil artinya perjanjian ini baru terjadi kalau barang yang menjadi pokok perjanjian telah diserahkan.¹⁵

Transaksi elektronik yang juga merupakan suatu transaksi jual beli tentu saja dalam prosesnya terdapat suatu perjanjian. Perjanjian *E-Commerce* yang dilakukan oleh para pihaknya bukan seperti perjanjian pada umumnya, tetapi perjanjian tersebut dapat dilakukan, meskipun tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua belah pihak, namun perjanjian antara para pihak tersebut dilakukan secara elektronik. Transaksi elektronik dapat dituangkan dalam sebuah kontrak elektronik, maka kontrak tersebut mengikat para pihak.¹⁶

b) UU No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Masalah-masalah legal di internet yang belum terjangkau oleh hukum secara jelas antara lain, kontrak

¹⁵ Budi Santoso, "*Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia*", dalam Jurnal Law Reform, Volume 14 No.1, Des 2018, hlm. 92.

¹⁶ Oc Kaligis, "*Penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Prakteknya*", (Jakarta : Yarsif Watampone, 2012), hlm. 35

online, privasi, E-Commerce, pembayaran elektroni, tanggung jawab pembuat homepage, e-mail, dan chat. Dalam hal kontrak dilakukan di cyberspace, peraturan tidak memiliki perbedaan. Namun, bagaimanapun terdapat keadaan di cyberspace yang sama sekali baru dan tidak ada suatu ketentuan pun yang berlaku sehingga menyebabkan ketidakpastian dan resiko bisnis sangat tinggi.¹⁷

Sebelum keluarnya Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang ITE, kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan E-Commerce diatur dalam berbagai peraturan Perundang-Undangan seperti, Undang-Undang No. 12 tahun 2002 Tentang Hak Cipta, Undang-Undang No. 14 tahun 2001 Tentang Paten, Undang-Undang No.15 tahun 2001 tentang Merek, Undang-Undang Telekomunikasi No. 36 tahun 1999, Undang-Undang No 8 tahun 1999, dan lain-lain.¹⁸

UU No.11 tahun 2008 tentang ITE telah direvisi menjadi UU No. 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disahkan dan diterapkan secara

¹⁷ Lathifah Hanim, *"Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi"*, dalam Jurnal Pembaharuan Hukum, Volume 1 No.2, Agustus 2014, hlm. 196

¹⁸ Ahmad Siregar, *"Keasbahan Jual Beli Online Shop Ditinjau Dari UU No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik"*, dalam Jurnal Ilmiah Advokasi, Volume 7 No .2, September 2019, hlm. 116

umum untuk semua kegiatan yang berkenaan dengan suatu perjanjian terutama perjanjian jual beli menggunakan dasar hukum dari pasal 1320 KUH Perdata. Begitu juga dengan perbuatan perdagangan atau transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik yang berkembang. Sebelumnya menggunakan aturan hukum yang ada dalam KUHPerdata.¹⁹

c) UU No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Terkait dengan *E-Commerce*, dalam UU Perdagangan juga telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *E- Commerce*, yang diatur dalam pasal 65 dan 66. Pemberlakuan aturan *E- Commerce* yang tercantum di dalam UU Perdagangan ini berlaku untuk skala internasional. Maksudnya adalah seluruh transaksi elektronik yang dilakukan pelaku usaha dalam negeri dan luar negeri, yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib mematuhi aturan *E-Commerce* yang ada di dalam UU Perdagangan dan peraturan pelaksanaan.²⁰

Dalam pasal 65 UU Perdagangan ini, mewajibkan pelaku usaha *E- Commerce* untuk menyediakan data dan

¹⁹ Ellectrananda Anugerah, "*Dunia Datar: Suatu Tindakan Pemasaran dan Pelayanan Terhadap Pelanggan*", dalam Makalah Seminar Nasional UNS Summit & Award, Agustus 2017, hlm. 25

²⁰ Az. Nasution 3, "*Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet*", dalam Jurnal Keadilan, Volume I No.3, September 2001, hlm. 14

atau informasi secara lengkap dan benar sehingga akan memudahkan untuk menelusuri legalitasnya. Hal ini sangat baik dalam segi perlindungan konsumen.²¹

Saat ini implementasi amanat dari pasal 66 UU Perdagangan dihadirkan dengan lahirnya Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

d) UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam konteks transaksi *E-Commerce*, aspek hukum perlindungan konsumen yang berkaitan langsung dengan konsumen adalah yang mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17.²²

Aspek ini dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan jasa yang diperdagangkan melalui *E-Commerce* melanggar ketentuan ini. Selanjutnya terkait dengan hal ini pula tentang dilarangnya iklan yang menyesatkan konsumen maupun yang mengelabui, seolah-olah barang dan/atau jasa yang ditawarkan

²¹ Deky Pariadi, "Pengawasan *E-Commerce* Dalam UU Perdagangan Dan UU Perlindungan Konsumen", Jurnal Hukum & Pembangunan, Volume 48, No. 3 Mei 2018, hlm. 656.

²² Az. Nasution 3, *Op.cit*, hlm. 28.

mempunyai kondisi yang baik namun pada kenyataannya tidak.²³

Dalam transaksi *E-Commerce*, aspek tanggung jawab juga berlaku untuk pelaku usaha, dalam hal ini merchant, apabila konsumen menemui barang dan/atau jasa yang dibelinya tidak sesuai perjanjian. Aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28.²⁴

e) PP No 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Perdagangan melalui sistem elektronik saat ini diatur dengan PP. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengatur tentang Pihak-pihak yang melakukan, persyaratan, penyelenggaraan, kewajiban pelaku usaha, iklan, penawaran, penerimaan, konfirmasi, kontrak, pembayaran, pengiriman barang, penukaran barang dalam Perdagangan dengan Sistem Elektronik, perlindungan data pribadi, penyelesaian sengketa PMSE hingga pengawasan dan pembinaan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.²⁵

²³ *Ibid*,.

²⁴ Deky Pariadi, *Op.cit*, hlm. 654.

²⁵ [PP 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik | Jogloabang](#). Diakses pada tanggal 12 Mei 2022 pukul 14:24 Wita.

Pengaturan Perdagangan pada umumnya telah diatur dalam Undang- Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Dan untuk pengaturan kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik diamanatkan untuk membuat pengaturan lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur aktivitas perniagaan secara elektronik demi terselenggaranya sistem Perdagangan yang fair dan terpercaya serta melindungi kepentingan nasional, maka lahirlah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Yang mengatur aspek hukum Perdagangan dalam penyelenggaraan dan pemanfaatan Sistem Elektronik yang ditujukan khusus untuk Perdagangan.²⁶

Lingkup pengaturan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik di dalamnya mencakup semua kegiatan Perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan berbagai moda dan jenis sistem komunikasi elektronik, baik yang online maupun secara offline. Hal tersebut akan mencakup hubungan hukum dalam konteks antara pelaku

²⁶ *Ibid*,.

usaha (*business to business*) maupun pelaku usaha dengan konsumen (*business to customer*).²⁷

3. Jenis- Jenis *E- Commerce*

Pengaturan mengenai Jenis-Jenis E-Commerce tidak ada diatur di dalam UU. Pengaturanya sendiri didasarkan oleh kebiasaan-kebiasaan yang berlaku di masyarakat.

Adapun jenis- jenis E- Commerce adalah sebagai berikut :²⁸

a) Bisnis ke bisnis (*Business to Business*)

Jenis E-Commerce ini dilakukan oleh orang ataupun pihak yang saling berkepentingan. Dimana sebuah perusahaan menjual produk ataupun jasa kepada perusahaan lainnya. Pada jenis E-Commerce ini biasanya pembeli membeli barang dengan jumlah yang besar. Maka dari itu jenis ini disebut dengan Business to Business karena terjadi hanya kepada perusahaan dengan perusahaan yang lainnya.

b) Bisnis ke Konsumen (*Business to Consumers*)

Jenis ini sama seperti toko retail konvensional pada umumnya yang dimana penjual dapat menjual produknya secara ecer, yang membedakan ialah hanya pada media

²⁷ *Ibid*,.

²⁸ Onno Purbo dan Aang Arif wahyudi, "*Mengenal E-Commerce*", (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2001), hlm. 5

yang digunakan untuk berkegiatan transaksi yaitu melalui media elektronik.

c) Konsumen ke Konsumen (*Consumer to Consumer*)

Jenis ini melakukan penjualan antara konsumen dan konsumen lain, jenis ini membutuhkan wadah atau platform penjualan secara elektronik untuk mempertemukan konsumen dan konsumen lainnya, biasanya metode transaksi yang digunakan adalah Cash On Delivery.

d) Konsumen ke Bisnis (*Consumer to Business*)

Jenis ini adalah kebalikan dari Bisnis ke Konsumen, dalam hal ini umumnya penjualan dilakukan oleh konsumen kepada perusahaan, dan biasanya hal ini terkait dengan penjualan jasa kepada perusahaan yang membutuhkan.

e) Daring ke Luring (*Online to Offline*)

Mekanisme pada jenis ini umumnya saat dimana produsen akan menemukan konsumen, menarik konsumen, dan melakukan promosi melalui interaksi digital, yang nantinya akan diteruskan dengan pembelian di toko konvensional. Sebelum melakukan pengambilan barang maupun jasa dengan sistem diluar elektronik, pembeli melakukan pemesanan melalui platform elektroniknya secara online.

f) Konsumen ke Administrasi (*Consumer to Administration*)

Jenis ini hampir sama dengan jenis Konsumen ke Bisnis, yang membedakan adalah transaksinya dilakukan dengan pemerintah, jadi dalam hal ini seorang individu atau perseorangan melakukan transaksi jual beli secara elektronik dengan pemerintah.

g) Bisnis ke Lembaga Pemerintahan (*Business to Public Administration*)

Jenis ini merupakan hubungan transaksi dimana *E-Commerce* menjual produk maupun jasa kepada lembaga pemerintahan dan biasanya dilakukan dengan menggunakan tender.

4. Pihak Yang Terkait Dalam Transaksi *E- Commerce*

Regulasi mengenai pihak yang terkait atau terlibat dalam Transaksi *E- Commerce* sendiri diatur dalam di dalam Pasal 4 Ayat (1) PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Adapun pihak pihak yang terlibat dalam Pasal 4 Ayat (1) PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, sama dengan pandangan Didik M.Arief Mansur dan Elisatris Gultom dalam bukunya “Cyber Law: Aspek

Hukum Teknologi Informasi” yang mengidentifikasi pihak
pihak yang terlibat dalam transaksi E-Commerce terdiri dari :²⁹

a. Penjual (*Merchant*)

Yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi merchant, maka seseorang harus mendaftarkan dirinya sebagai merchant account pada sebuah bank. Tentunya ini dimaksudkan agar merchant dapat menerima pembayaran dari customer dalam bentuk credit card.

b. Konsumen

Yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk (barang atau jasa) melalui pembelian secara on-line, konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi E-Commerce adalah bagaimana sistem pembayaran yang dipergunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan mempergunakan credit card (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/cash.

Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah

²⁹ Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, Op. Cit., hlm. 15

pemegang kartu kredit/card holder. Pemegang kartu kredit (card holder) adalah seseorang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang telah dibuat.

c. Acquirer

Yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diterbitkan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran (antar pemegang dan penerbit) adalah bank di mana pembayaran kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/card holder, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (issuer).

d. Issuer

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

- 1) Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan credit card, hanya

bank yang telah memperoleh izin dari Card International, dapat menerbitkan credit card, seperti Master dan Visa Card;

2) Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia Internasional yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.

3) Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu American Express

e. Certification Authorities

Pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada merchant, kepada isuer dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada card holder.

5. Metode Transaksi Dalam *E- Commerce*

Dengan sistem yang diusung oleh E-Commerce yaitu perdagangan tanpa pertemuan secara fisik, dengan kata lain serba digital, maka metode pembayaran pada sistem pembelian di E-Commerce pun demikian. Ketentuan mengenai metode pembayaran transaksi melalui E-Commerce tercantum pada Pasal 60 Ayat 1 PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang dalam hal ini

pembayaran dilakukan melalui sistem elektronik. Maka metode pembayaran yang dilakukan yaitu :

a. *Micropayment*

Micropayment menjadi salah satu pilihan transaksi melalui platform belanja online dengan cara pembayaran melalui internet, *Micropayment* digunakan untuk pembayaran dengan jumlah uang yang relatif kecil dengan intensitas transaksi yang tinggi.³⁰ Beberapa alasan penggunaan alat pembayaran dengan *micropayment* adalah sebagai berikut :³¹

- 1) Transaksi yang dilakukan lebih praktis dan fleksibel tidak membutuhkan pembayaran dengan cash.
- 2) Transaksi dapat dilakukan dimana saja secara mobile.
- 3) Efisiensi waktu transaksi.
- 4) Banyak transaksi yang dapat dilakukan misal pembayaran berbagai macam tagihan rekening misalnya : telepon, internet, listrik, perbankan, dan lain-lain.

b. *E- Wallet*

E-Wallet atau dompet elektronik adalah alternatif untuk semua metode pembayaran tradisional. E-Wallet

³⁰ Fjitrhani. *Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan Technology Acceptance Model*, Jakarta : Jurnal Informatika Bsi, Volume 4 No. 1, 2017 hlm. 67

³¹ Adi Sulistio Nugroho, *"E-Commerce Teori dan Implementasi"*, (Yogyakarta : Ekuilibra, 2016) hlm. 43.

memungkinkan pelanggan yang sudah terdaftar untuk melakukan pembayaran online dengan nyaman dan aman tanpa mengungkapkan data keuangan pribadi, dan bisa menerima atau mengirimkan uang hanya dengan menggunakan alamat email atau log-in dengan menggunakan nomor ponsel yang telah terdaftar.³²

c. Kartu Kredit

Kartu kredit (credit card) adalah kartu yang dikeluarkan oleh Bank atau lembaga keuangan tertentu kepada pengguna sehingga dapat membeli barang- barang dan jasa dari perusahaan yang menerima kartu tersebut tanpa pembayaran uang secara tunai (utang). Dengan kata lain kartu kredit merupakan uang elektronik yang diterbitkan oleh suatu instansi sehingga memungkinkan pemegang untuk memperoleh kredit dalam transaksi yang pengembaliannya dapat dilakukan secara angsuran sesuai dengan waktu yang ditentukan.³³

d. Kartu Debit

Kartu Debit adalah Alat Pembayaran Menggunakan Kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi,

³² *Ibid*,.

³³ Ali Arifin, *"Tip dan Trik Memiliki Kartu Kredit"*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo,2002) hlm. 9.

termasuk transaksi pembelanjaan, di mana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada Bank atau Lembaga Selain Bank yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.³⁴

e. Cash On Delivery

Cash On Delivery merupakan sistem di mana penjual dan pembeli terlibat secara langsung, bertemu, tawar-menawar dan memeriksa kondisi barang baru kemudian transaksi. Secara teori jenis transaksi ini akan mengeliminasi esensi dari transaksi online yaitu kemudahan. Sistem ini sangat menguntungkan bagi pembeli karena menjamin barangnya sampai di tempat dengan aman.³⁵

6. Shopee Sebagai E-Commerce

Seperti yang kita ketahui berdasarkan pengantar maupun data-data di atas, Shopee sebagai salah satu E-Commerce terbesar di Asia Tenggara yang menjadi pilihan banyak masyarakat di Indonesia untuk melakukan kegiatan jual beli secara online, Shopee memiliki berbagai macam pilihan item

³⁴ Peraturan Bank Indonesia No. 14 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu

³⁵ Adi Sulistio Nugroho, *Op.cit*, hlm 107.

untuk para penggunanya, dan juga selalu berinovasi terhadap berbagai macam jenis produk maupun pelayanan sehingga Shopee tergolong sebagai platform *E-Commerce* yang selalu mengikuti tingkat kebutuhan dan keinginan pasar.

Metode transaksi yang dapat digunakan oleh pengguna Shopee memiliki beragam jenis, hampir semua metode transaksi dapat dilakukan. Ketika berkegiatan jual beli didalam platform Shopee. Bahkan baru-baru ini Shopee meluncurkan metode transaksi dengan mekanisme Cash on Delivery.

Jenis *E-Commerce* Shopee ialah Bisnis ke Konsumen (*Business to Consumer*), yaitu Shopee memberikan berbagai item produk yang dapat dipilih konsumen dengan bebas, sama halnya dengan retail konvensional yang menjual barang secara eceran.

B. Tinjauan Umum Tentang Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen ini berasal dari alih Bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consumenten/konsument* (Belanda). Pengertian *consumer* dan *consument* ini hanya bergantung di mana posisi kita berada. Secara harfiah arti kata

consumer itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa.³⁶

Definisi konsumen berdasarkan konsep Ekonomi Syari'ah yang dipaparkan oleh pakar Ekonomi Syari'ah yaitu Muhammad dan Alimin berpendapat bahwa setiap orang, kelompok badan hukum pemakai suatu harta benda dan jasa kerana adanya hak yang sah baik dia dipakai untuk pemakai akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya.³⁷

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai "setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan".

2. Unsur- Unsur Konsumen

Dari pemaparan mengenai pengertian konsumen diatas, maka kita dapat menentukan unsur definisi konsumen yaitu :³⁸

a. Setiap Orang

³⁶ Rosmawati. "*Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*", (Jakarta : Prenadamedia Group,2018), hlm 18.

³⁷ Vefiana Mafikasari, Irma Russanti. (2017). "*Minat Konsumen Pada Aksesoris Kalung Dari Limbah Kulit Siwalan*", Surabaya : Jurnal Universitas Negeri Surabaya, Vol 06 No 2, Edisi Yudisium Periode Mei 2017, hlm 7-14

³⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2008), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Sinar Grafik, hlm 27

Subjek yang disebut sebagai konsumen artinya setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Namun istilah orang menimbulkan keraguan, apakah hanya orang secara individu yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk bahan hukum (*rechtspersoon*). Maka dari itu konsumen juga harus mencakup juga bahan usaha dengan makna luas.

b. Pemakai

Sesuai dengan ketentuan pada Pasal 1 angka (2) Undang-Undang perlindungan konsumen, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah “pemakai” dalam hal ini digunakan untuk rumusan ketentuan tersebut atau menunjukkan suatu barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli.

c. Barang dan Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti termologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini produk sudah berkonotasi barang atau jasa. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dihabiskan maupun tidak dihabiskan, yang dapat

diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang Tersedia Dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran. Dalam perdagangan yang makin kompleks ini, syarat itu tidak mutlak dituntut oleh masyarakat konsumen.

e. Bagi kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Lain

Transaksi konsumen ditunjukkan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan bagi untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (diluar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup, contohnya seperti hewan dan tumbuhan.

f. Barang dan Jasa Itu Tidak Untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah bisa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai negara.

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Dalam pergaulan masyarakat di Indonesia, tentunya harus menghargai Hak Asasi tiap-tiap masyarakat yang ada, yaitu dengan cara menghargai serta mempertegas hak-hak dan juga kewajiban tiap-tiap kalangan masyarakat, tidak terkecuali konsumen. Sesuai dengan yang tercantum pada Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka Hak konsumen yaitu :

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

- g. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- h. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.

Kemudian diatur juga mengenai kewajiban konsumen yang tercantum pada Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.

C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen adalah

segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁹

Pengertian perlindungan konsumen di kemukakan oleh berbagai sarjana hukum salah satunya Az. Nasution mendefinisikan perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.⁴⁰

Menurut Mochtar Kusumaatmadja, Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur tentang hubungan serta permasalahan dalam berbagai pihak antara satu dengan yang lain, selain itu terkait pula dengan barang dan/atau jasa konsumen didalam kehidupan masyarakat. Dalam arti lain hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen didalam pergaulan hidup manusia.⁴¹

³⁹ Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁴⁰ Az. Nasution, *"Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar"*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 22.

⁴¹ Nurhotia Harahap. (2021) *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Dengan Kenaikan Harga Masker Di Masa Pandemi Covid 19* Jurnal Yurisprudencia, IAIN Padang, hlm 116

2. Asas- Asas Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen, asas perlindungan konsumen dikelompokkan menjadi lima asas, yaitu:

- a. Asas Manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas Keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas Keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, dimaksudkan untuk menjamin atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi dan digunakan.

- e. Asas Kepastian Hukum, dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Radbruch menyebutkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum sebagai “tiga ide dasar hukum”, yang berarti dapat dipersamakan dengan asas hukum. Keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum juga oleh banyak jurist menyebut sebagai tujuan hukum.⁴²

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Adanya perlindungan konsumen tentu berdasarkan dengan berbagai tujuan yang jelas, sesuai dengan yang tercantum pada Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :⁴³

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian dan/atau jasa.

⁴² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, “*Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004) hlm. 26.

⁴³ *Ibid*,.

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
- f. Mementingkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, Kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan tujuan dari usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan.

4. Subjek dan Objek Perlindungan Konsumen

Subjek hukum perlindungan konsumen adalah konsumen dan pelaku usaha, yang dimana telah diatur dalam Pasal 1 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen mengenai subjek hukum Konsumen, dan pada Pasal 1 ayat 3 UU Perlindungan Konsumen mengenai subjek hukum pelaku usaha.

Objek yang menjadi bagian dalam hukum perlindungan konsumen adalah penggunaan barang dan/atau jasa .

Sebagaimana yang termasuk sebagai barang ialah pada Pasal 1 ayat 4 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan : *“Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak, maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, diperdagangkan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.”*

Sedangkan pengertian objek mengenai jasa pada hukum perlindungan konsumen berdasarkan Pasal 1 ayat 5 UU Perlindungan Konsumen, yaitu : *“Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif yaitu menemukan kebenaran koherensi, adakah aturan hukum sesuai dengan norma hukum dan adakah norma yang berupa perintah atau larangan itu sesuai dengan prinsip hukum, serta apakah tindakan (act) seseorang sesuai dengan norma hukum (bukan hanya sesuai aturan hukum) atau prinsip hukum.⁴⁴

B. Pendekatan Metode Penelitian

Pendekatan metode penelitian yaitu menggunakan metode yuridis normatif, yaitu metode pendekatan yang menggunakan konsep legis positivis yang menyatakan bahwa hukum adalah identik dengan norma- norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga-lembaga atau pejabat yang berwenang. Yuridis normatif adalah jenis pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang- undangan yang berhubungan dengan penelitian ini.

⁴⁴ Peter Mahmud Marzuki, *"Penelitian Hukum"*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), hlm. 47.

C. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Sebagai penelitian kepustakaan, maka sumber bahan hukum ada dua macam yang akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum ini merupakan objek penting dalam Undang- Undang penelitian ini merupakan studi pustaka maka referensi Jurnal yang dijadikan sebagai sumber acuan.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum sekunder merupakan sumber data yang bersumber dari dokumen, buku, jurnal, dan sebagainya.

Sumber data sekunder juga merupakan sumber pendukung untuk melengkapi sumber primer.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan yang memberikan petunjuk manapun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, dan indeks kumulatif.

D. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pada penelitian ini penyusunan menggunakan Teknik pengumpulan data melalui :

1. Studi Kepustakaan

Bahan Hukum sekunder merupakan sumber data yang bersumber dari dokumen, buku, jurnal, dan sebagainya.

Sumber data sekunder juga merupakan sumber pendukung untuk melengkapi sumber primer.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara melihat dokumen dalam bentuk tulisan, gambar ataupun karya-karya yang lainnya.

E. Analisis Bahan Hukum

Analisis Bahan Hukum dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu menguraikan data yang telah dikumpulkan secara deskriptif dan sistematis, kemudian diolah dan dianalisis secara mendalam guna memecahkan masalah yang telah ditentukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Jual Beli melalui E- Commerce Di Indonesia

E-commerce merupakan bagian dari transaksi elektronik yang mana sebatas pada perbuatan hukum di bidang perdagangan (jual beli) atau kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa tersebut untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Transaksi elektronik sendiri sebagaimana Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya.

Transaksi e-commerce sama halnya dengan transaksi jual beli konvensional yang dilakukan di dunia nyata namun melalui internet dan para pihak tidak bertemu secara langsung. Maka sebenarnya e-commerce memiliki dasar hukum perdagangan biasa (perdagangan konvensional atau jual beli biasa atau jual beli perdata) dan merupakan perdagangan konvensional yang bersifat

husus karena sangat dominan peranan media dan alat-alat elektronik.⁴⁵

Sebagai suatu perdagangan biasa, jual beli dalam e-commerce secara umum tunduk dan patuh pada ketentuan Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Menurut Pasal 1457 KUHPerdata :

“Jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dengan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”

Pada Pasal 1458 KUHPerdata :

“Jual beli itu dianggap terjadi antara ke dua belah pihak, seketika setelah orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.”

Terjadinya jual beli dalam e-commerce berarti adanya persetujuan antara dua pihak atau lebih dengan mengikatkan diri yang mana satu pihak menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain wajib membayar harga sesuai yang dijanjikan. Persetujuan tersebut terlebih dahulu wajib memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1320 KUHPerdata yang terdiri dari :

1. Adanya Kesepakatan

Hal ini berpedoman pada Pasal 1321 KUHPerdata bahwa perjanjian harus dibuat dengan kebebasan dalam berkontrak. Perjanjian yang dibuat oleh pihak yang mengikatkan dirinya tidak

⁴⁵ Man S. Sastrawidjaja, “Bunga Rampai; Hukum Dagang”, (Bandung: PT Alumni, 2005), hlm. 173

boleh memuat paksaan atau pemerasan (dwang), kekeliruan atau salah pengertian (dwaling), dan penipuan (bedrog). Apabila terjadi, maka perjanjian tersebut merupakan perjanjian yang cacat dan dapat dilakukan pembatalan.

2. Adanya Kecakapan Para Pihak

Subyek yang melakukan perjanjian ialah orang cakap, artinya mampu melakukan tindakan hukum. Pada umumnya ialah orang dewasa yang telah berusia 21 tahun atau telah menikah dan waras akal budinya. Tidak berada di bawah pengampuan.

3. Suatu Hal Tertentu

Suatu hal tertentu ialah obyek dari perjanjian. Obyek harus tertentu, sekurang-kurangnya jenis obyek harus jelas. Diharapkan obyek terdiri dari barang yang diharapkan dimasa mendatang (Pasal 1334 KUHPerdara) selama masih mengenai hal-hak tertentu.

4. Suatu Sebab Yang Halal

Artinya suatu perjanjian harus dibuat dengan didasarkan pada kausa atau sebab yang diperbolehkan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Jika isi dan tujuan dalam perjanjian bertentangan maka dapat dibatalkan.

Dalam jual beli suatu produk barang/jasa melalui e-commerce, konsumen selalu mengingingkan adanya kepuasan

terhadap produk yang dibelinya. Sedangkan pelaku usaha cenderung ingin memperoleh keuntungan ekonomis dari transaksi tersebut. Keinginan kedua belah pihak akan mudah dicapai apabila keduanya melaksanakan kewajiban secara benar dilandasi dengan itikad baik. Sebagaimana Pasal 1474 KUHPerdara mengatur hak dan kewajiban penjual atau pelaku usaha serta hak dan kewajiban pembeli. Salah satunya, yaitu kewajiban menyerahkan barang kepada pembeli dan kewajiban menanggung (*vrijwaring*) dari cacat hukum dan cacat tersembunyi.

Berdasarkan sudut pandang konsumen, terdapat beberapa hal yang diinginkan oleh konsumen pada saat hendak membeli suatu produk, antara lain:⁴⁶

- a) Diperolehnya informasi yang jelas mengenai produk yang akan dibeli;
- b) Keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya baik bagi Kesehatan maupun keamanan jiwanya;
- c) Produk yang dibeli cocok sesuai dengan kenginannya, baik dari segi kualitas, ukuran, harga dan sebagainya;
- d) Konsumen mengetahui cara menggunakan;
- e) Jaminan produk yang dibelinya dapat berguna dan berfungsi dengan baik;

⁴⁶ Dikdik M. Arief Mansur & Elisatris Gultom, "Cyber Law; Aspek Hukum Teknologi Informasi", (Bandung: PT Refika Aditama, 2005), hlm. 155.

- f) Jaminan apabila barang yang dibeli tidak sesuai atau tidak dapat digunakan konsumen memperoleh baik berupa produk maupun uang.

Namun, kegiatan transaksi jual beli melalui e-commerce pada prakteknya seringkali terjadi beberapa keadaan dimana barang yang sampai kepada konsumen adalah barang dengan kondisi yang tidak sempurna. Seperti halnya barang mengalami kecacatan produk, kecacatan pada barang yang tidak sesuai dengan perjanjian dan barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan pelaku usaha. Kecacatan pada produk tersebut dapat mengakibatkan berkurangnya manfaat pada barang sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 4 UUPK bahwa hak konsumen meliputi :

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

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

Berdasarkan kerugian konsumen yang disebabkan oleh kecacatan produk atas ketidaksesuaian produk yang diterima, konsumen berhak mendapatkan kompensasi berupa ganti rugi sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 4 huruf h UUPK bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi yang dapat berupa ganti rugi dan/atau penggantian barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Dalam hukum perlindungan konsumen, ganti rugi atas kerugian yang

dialami konsumen sebagai akibat barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian merupakan hak pokok konsumen karena hak atas ganti rugi bersifat universal disamping hak pokok lainnya.

Ganti rugi tersebut merupakan sesuatu yang diberikan atau diterima sebagai pengganti yang sama nilainya dengan sesuatu yang telah diperjanjikan akibat kerugian, kehilangan atau cedera yang diderita oleh pihak konsumen. Pada hakikatnya, ganti rugi atas kerugian konsumen berfungsi untuk :⁴⁷

- 1) Pemulihan hak-hak yang telah dilanggar;
- 2) Pemulihan atas kerugian materiil maupun immaterial yang dialami;
- 3) Pemulihan pada keadaan semula.

Selain ganti rugi, konsumen dapat menggugat penjual secara perdata dengan dalih terjadinya wanprestasi atas transaksi jual beli yang dilakukan. Sebagaimana dikuti oleh Hukum Online, menurut Prof. R.Subekti, S.H. wanprestasi merupakan kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa empat macam kondisi, diantaranya :

- a) Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- b) Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;

⁴⁷Juwita Antasari Taringan, *"Tinjauan Yuridis Mengenai Pertanggungjawaban Terhadap Barang Elektronik Yang Cacat Pada Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada UD TRD Computer Bandung)"*.

- c) Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
- d) Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Pasal 48 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, mengatur secara khusus yang menekankan bahwa pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Jika konsumen mendapat produk yang tidak sesuai dengan penawaran dan pemesanan tentunya konsumen berhak menuntut penjual atas kerugian yang mereka dapatkan, hal ini telah melanggar hak konsumen yang kedua, yaitu konsumen berhak untuk memiliki barang dan jasa sesuai kondisi atau jaminan yang dijanjikan. Oleh sebab itu penjual sebagai pelaku usaha sudah seharusnya memenuhi kewajibannya terhadap konsumen dengan memberikan hak-haknya secara penuh.

Sesuai dengan yang dijamin oleh UUPK, jika ada konsumen merasa tertipu dengan produk yang ditawarkan penjual, maka konsumen dapat melaporkannya ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang terdapat di kota/kabupaten di Indonesia. Konsumen dapat mendapat hak ganti rugi maksimal Rp200 juta jika tuntutananya terbukti. Selain itu Badan Perlindungan Konsumen

Nasional (BPKN) sebagai lembaga yang dibuat langsung oleh negara akan menjadi fasilitator konsumen untuk mengambil langkah jika merasa dirugikan oleh penjual, BPKN juga memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah untuk mengatur ulang regulasi jika ada perihal yang belum diatur untuk kepentingan konsumen.

B. Tanggung Jawab E- Commerce (Shopee) Terhadap Konsumen Menerima Barang Yang Tidak Sesuai Pesanan

Pertanggungjawaban pihak E-Commerce sendiri apabila menerima produk yang dideskripsikan dan diperjanjikan tidak diatur secara spesifik di dalam UU. Implementasinya sendiri diatur berdasarkan kebijakan yang dikeluarkan dari masing-masing pihak E- Commerce.

Dalam hal ini transaksi elektronik yang dijalankan oleh pihak Shopee dan konsumen Shopee, terdapat hak dan kewajiban di antara kedua belah pihak itu sendiri seperti yang telah dijabarkan diatas. Hak dan Kewajiban Konsumen Shopee dan Shopee sendiri tersebut harus dipatuhi oleh kedua belah yang merupakan pokok dari hubungan hukum di dalam transaksi elektronik tersebut.

Hubungan hukum tersebut dituangkan dalam perjanjian elektronik yang berbentuk dalam dokumen elektronik dan mengikat bagi kedua belah pihak, di mana setiap isi dari yang diperjanjikan tersebut dilakukan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, apabila hak dan kewajiban di dalam

perjanjian tersebut tidak dilakukan sebagaimana mestinya oleh para pihak yang terkait di dalam perjanjian tersebut maka dapat dikategorikan telah terjadi wanprestasi dari perjanjian tersebut.

Dalam hal ini wanprestasi yang terjadi adalah di mana konsumen menerima produk yang tidak sesuai dengan yang dideskripsikan dan diperjanjikan. Dalam hal ini bentuk pertanggungjawaban Shopee sendiri terlihat dari panduan yang diberikan oleh Pihak Shopee apabila konsumen menerima produk yang tidak sesuai dengan yang dideskripsikan dan diperjanjikan, adapun implementasi pertanggungjawabannya adalah sebagai berikut adalah sebagai berikut :⁴⁸

1. Shopee menyediakan layanan pelaporan bagi pelanggan yang apabila menerima produk yang berbeda dengan yang dideskripsikan dan diperjanjikan. Pelaporan tersebut dapat dilakukan dengan cara:
 - a) Chat Shoope Sekarang
 - b) Email (Help@support.shoope.co.id)
 - c) Telepon
2. Shopee bertanggungjawab atas setiap transaksi jual beli dengan cara melindungi setiap transaksi melalui Garansi Shopee dengan masa berlaku hingga 3 hari terhitung setelah produk diterima oleh pembeli. Yang di mana fungsi dari garansi shopee

⁴⁸ <https://shopee.co.id/docs/3001>. Diakses pada tanggal 11 Mei 2022 pukul 23:16 Wita.

adalah suatu perlindungan dari Shopee untuk menahan dana pembeli sampai pembeli menginformasikan bahwa produk diterima dengan baik. Apabila ternyata produk yang diterima pembeli berbeda dengan yang dideskripsikan dan diperjanjikan maka dana tersebut tidak akan diteruskan kepada penjual dan ditahan oleh pihak Shopee.

3. Shopee sendiri memberikan layanan pengembalian barang secara gratis menggunakan jasa ekspedisi J&T Express. Di mana pembeli tidak perlu mengeluarkan biaya apapun. Ini merupakan bentuk pertanggungjawaban apabila konsumen Shopee menerima produk yang berbeda dengan yang dideskripsikan dan diperjanjikan. Namun layanan ini hanya bisa dinikmati apabila pembeli melakukan pembelian pada katalog Shopee Mall. Apabila pembelian dilakukan di luar katalog Shopee Mall, maka Shopee sendiri akan memposisikan dirinya sebagai juri yang memutuskan pihak manakah yang akan menanggung biaya pengembalian produk, apakah pembeli atau penjual. Dan keputusan tersebut tidak dapat diganggu gugat.
4. Pada layanan Shopee Mall, pihak Shopee akan melakukan verifikasi atas produk yang dikembalikan konsumen, apabila produk tersebut telah diterima di warehouse Shopee. Jika setelah melalui proses verifikasi dan kemudian alasan pengembalian produk tersebut disetujui oleh pihak Shopee,

maka sebagai bentuk pertanggungjawaban, Shopee akan melakukan pengembalian dana maksimal 3 hari kerja. Pengembalian dana akan dilakukan menggunakan Shopee pay, Kredivo, Akulaku, Kartu Kredit, dan Shopee Pay Later. Sedangkan pada layanan Shopee Non Mall, pengembalian dana akan dilakukan setelah penjual mengkonfirmasi bahwa produk yang dikembalikan oleh pembeli tersebut telah diterimanya. Pengembalian dana juga dilakukan menggunakan Shopee Pay, Kredivo, Akulaku, Kartu Kredit, dan Shopee Pay Later.

5. Fitur layanan Shopee garansi 100% ori, dimana shopee bertanggungjawab memastikan bahwa produk yang tersedia pada katalog merupakan produk original dalam artian bahwa produk tersebut bukan produk tiruan yang bertujuan untuk mengecoh pembeli. Apabila produk ternyata tidak original, pengembalian dana akan dilakukan. Serta biaya pengembalian barang tersebut akan ditanggung oleh pihak Shopee.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari seluruh pembahasan materi hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan :

1. Sebagai bagian dari transaksi elektronik, maka *e-commerce* dapat diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jual beli melalui *e-commerce* sama halnya dengan jual beli secara konvensional, maka secara tidak langsung jual beli *e-commerce* tunduk dan patuh pada Pasal 1457-Pasal 1540 KUHPERdata. Sehubungan dengan hal tersebut, maka jual beli *e-commerce* harus memenuhi syarat sah suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPERdata. Secara khusus, perlindungan konsumen jual beli melalui *e-commerce* dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Perlindungan tersebut merupakan wujud dari tidak terpenuhinya hak konsumen atas ketidaksesuaian barang yang diterima.

2. Pertanggungjawaban Shopee dilakukan dengan cara melakukan pengembalian dana kepada pembeli setelah melakukan validasi terlebih.

B. Saran

1. Pemerintah perlu melakukan sosialisasi tentang hak-hak konsumen yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan di Indonesia sehingga kedepannya masyarakat lebih paham dan mawas jika terjadi kecurangan atas pembelian barang yang mereka lakukan lewat *e-commerce*, diperlukan juga sosialisasi kepada penjual di *e-commerce* bahwa terdapat kewajiban yang harus mereka laksanakan dan supaya paham bahwa segala transaksi atau kegiatan meneyeleweng yang penjual lakukan akan dipertanggungjawabkan secara hukum.
2. Dalam hal ini diharapkan kedepannya bahwa Shopee menyediakan layanan keluhan pelanggan secara offline. Dimana Shopee mempunyai office center di masing-masing kota. Sehingga konsumen akan lebih mudah dalam menjelaskan keluhan dan lebih mudah untuk memintai pertanggung jawaban kepada pihak Shopee, apabila konsumen merasakan dirugikan pada saat melakukan transaksi pada platform Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an dan Terjemahan Indonesianya

Buku:

Abdul Hakim dan Teguh Prasetyo, ***"Bisnis E-Commerce Studi: Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia"***, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005)

Adi Sulistio Nugroho, ***"E-Commerce Teori dan Implementasi"***, (Yogyakarta : Ekuilibra, 2016)

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, ***"Hukum Perlindungan Konsumen"***, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004)

Ali Arifin, ***"Tip dan Trik Memiliki Kartu Kredit"***, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2002)

Arsyad Sanusi, ***"Hukum E-Commerce"***, (Jakarta: Sasrawarna, 2011)

Az. Nasution, ***"Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar"***, (Jakarta: Diadit Media, 2002),

Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2008), ***Hukum Perlindungan Konsumen***, Jakarta : Sinar Grafika

Dikdik Arief dan Elisastris, ***"Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi"***, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2005)

Iman Sjahputra, ***"Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik"***, (Bandung Alumni, 2010)

Mariam Darus, ***"Aneka Hukum Bisnis"***, (Bandung: Alumni, 1994)

Oc Kaligis, ***"Penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Prakteknya"***, (Jakarta : Yarsif Watampone, 2012)

Onno Purbo dan Aang Arif wahyudi, ***"Mengenal E-Commerce"***, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2001)

Peter Mahmud Marzuki, ***"Penelitian Hukum"***, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016)

Man S. Sastrawidjaja, ***"Bunga Rampai; Hukum Dagang"***, (Bandung: PT Alumni, 2005),

Muhammad, ***"Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis"***, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002)

Rosmawati. **“Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen”**, (Jakarta : Prenadamedia Group,2018)

Subekti, **“Hukum Perjanjian”**, (Jakarta: Intermasa,2004)

Suharnoko, **Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus**, Kencana, Jakarta, 2004

Peraturan Perundang- Undangan :

Kitab Undang- Undang Hukum Perdata

Undang-undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Bank Indonesia No. 14 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu

Jurnal :

Ahmad Siregar, *“Keasbahan Jual Beli Online Shop Ditinjau Dari UU No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”*, dalam Jurnal Ilmiah Advokasi, Volume 7 No .2, September 2019

Az. Nasution 3, *“Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet”*, dalam Jurnal Keadilan, Volume I No.3, September 2001

Budi Santoso, *“Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia”*, dalam Jurnal Law Reform, Volume 14 No.1, Des 2018

Deky Pariadi, *“Pengawasan E- Commerce Dalam UU Perdagangan Dan UU Perindungan Konsumen”*, Jurnal Hukum & Pembangunan, Volume 48, No. 3 Mei 2018

Ellectrananda Anugerah, *“Dunia Datar: Suatu Tindakan Pemasaran dan Pelayanan Terhadap Pelanggan”*, dalam Makalah Seminar Nasional UNS Summit & Award, Agustus 2017

Fjitriyani. *Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan Technology Acceptance Model*, Jakarta : Jurnal Informatika Bsi, Volume 4 No. 1,2017

Juwita Antasari Taringan, *“Tinjauan Yuridis Mengenai Pertanggungjawaban Terhadap Barang Elektronik Yang Cacat Pada Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada UD TRD Computer Bandung)*

Lathifah Hanim, “*Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi*”, dalam Jurnal Pembaharuan Hukum, Volume 1 No.2, Agustus 2014

Nurhotia Harahap. (2021) *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Dengan Kenaikan Harga Masker Di Masa Pandemi Covid 19* Jurnal Yurisprudencia, IAIN Padang

Valentin, “*Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shoope*”, Jurnal EMBA, Volume 6, No 4, September 2018.

Vefiana Mafikasari, Irma Russanti. (2017). “*Minat Konsumen Pada Aksesoris Kalung Dari Limbah Kulit Siwalan*”, Surabaya : Jurnal Universitas Negeri Surabaya, Vol 06 No 2, Edisi Yudisium Periode Mei 2017

Website :

<https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 18:59 Wita.

<https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-transaksi-di-shopee-lebih-dari-28-juta-transaksi-per-hari>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 19:05 Wita

<https://mediakonsumen.com/2020/09/12/surat-pembaca/produk-kurang-shopee-beralasan-bahasa-inggris-yang-salah>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022 pukul 19:36 Wita.

<https://shopee.co.id/docs/3001>. Diakses pada tanggal 11 Mei 2022 pukul 23:16 Wita.

[PP 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik | Jogloabang](#). Diakses pada tanggal 12 Mei 2022 pukul 14:24 Wita