

**PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MENURUT Undang-Undang No 8  
TAHUN 1999 (STUDI KASUS BUTIK KAYLA NATUQUE)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum (S.H)**



**OLEH:**

**JIHAN SARAH SYAFITRI**

**NPM :171010070**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya Bertandatangan dibawah ini

Nama : Jihan Sarah Syafitri

Npm : 171010070

Tempat /Tanggal lahir : Duri/ 26-02-1998

Program Studi : Ilmu Hukum

Alamat : Jalan Sukajadi 2 Duri

Judul Skripsi : PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN  
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MENURUT  
Undang-Undang No 8 TAHUN 1999 (Studi kasus Butik  
kayla Natuque)

Dengan Ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak dibuatkan oleh siapapun dan serta sepengetahuan saya Skripsi ini belum pernah dibuat oleh oranglain. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini merupakan hasil karya orang lain atau hasil mencontek skripsi/ karya ilmiah orang lain (Plagiat), maka saya bersedia gelar saya S.H yang saya peroleh di cabut Demikian Surat ini saya buat tanpa paksaan dari pihak mana pun dan dalam keadaan sadar

Duri, 25 september 2021



Jihan Sarah Syafitri





FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU

# Sertifikat

ORIGINALITAS PENELITIAN

Fakultas Hukum Universitas Islam Riau

MENYATAKAN BAHWA :

Jihan Sarah Syafitri

171010070

Dengan Judul :

Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999  
(Studi Kasus Butik Kayla Natuque)

*Telah Lolos Similarity Sebesar Maksimal 30%*

Pekanbaru, 31 Desember 2021

Profsyidi Hamzah, S.H.,M.H

Dekan Fakultas Hukum Islam Riau



FS 671471

No. Reg : 961/V/UPM FH UIR 2021

Paper ID : 17366607778/28 %





**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS HUKUM**



**KAN**

Alamat : Jalan Kaharudin Nasution No. 113, Perhentian Marpoyan Pekanbaru Riau  
Telp. (0761) 72127 Fax. (0761) 674834 - 721 27  
Website : law.uir.ac.id - e-mail : law@uir.ac.id

**BERAKREDITASI "A" BERDASARKAN SK BAN-PT NO. 2777/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Telah Dilaksanakan Bimbingan Skripsi Terhadap

Nama : JIHAN SARAH SYAFITRI  
NPM : 171010070  
Fakultas : HUKUM  
Program Studi : ILMU HUKUM  
Pembimbing : SRI ARLINA, S.H., MH  
Judul Skripsi : PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MENURUT Undang-Undang No 8  
TAHUN 1999 (STUDI KASUS BUTIK KAYLA NATUQUE)

Tanggal	Berita Bimbingan	PARAF
		Pembimbing
13-10-2021	- Perbaiki Sistematika Penulisan - Tambahkan Teori	
4-11-2021	- Perbaiki Footnet Penulisan Skripsi - Tambahkan Teori Di Bab II	
24-11-2021	- Perbaiki Tentang Undang-Undang ITE - Perbaiki sistematika penulisan - Bab III Di perjelas	
5-12-2021	- Perbaiki sistematika penulisan - Perbaiki Cover	

Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
Perpustakaan Universitas Islam Riau




Dokumen ini adalah Arsip Miik :

8-12-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki Sistematika Penulisan</li><li>- Diperjelas Tabel</li></ul>	
16-12-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sumber Olahan Data</li><li>- Perbaiki footnote</li><li>- Perbaiki Tentang Pembatasan Tentang Tangung jawab</li></ul>	
18-12-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki Daftar Pustaka</li><li>- Daftar Wawancara ditambah</li><li>- Bab 3 Bagian B diperjelas</li></ul>	
24-12-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki Kesimpulan</li><li>- Perbaiki footnote</li><li>- Daftar Wawancara ditambah</li></ul>	
25-12-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Lakukan Test Turnitin</li><li>- Persiapan Ujian</li></ul>	

Pekanbaru, 25 Desember 2021

Mengetahui :  
An. Dekan

  
Dr. Rosyidi Hamzak S.H., M.H

Wakil Dekan



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS HUKUM**



**KAN**  
180001

Alamat : Jalan Kaharudin Nasution No. 113, Perhentian Marpoyan Pekanbaru Riau  
Telp. (0761) 72127 Fax. (0761) 674834 - 721 27  
Website : [law.uir.ac.id](http://law.uir.ac.id) - e-mail : [law@uir.ac.id](mailto:law@uir.ac.id)

**BERAKREDITASI "A" BERDASARKAN SK BAN-PT NO. 2777/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI  
ONLINE MENURUT Undang-Undang No 8 TAHUN 1999 (STUDI KASUS BUTIK  
KAYLA NATUQUE)**

**JIHAN SARAH SYAFITRI**

**NPM : 171010070**

Telah Di Periksa Dan Di Setujui Oleh Dosen Pembimbing

**Pembimbing**

  
**SRI ARLINA, S.H., M**

**Mengetahui**

**Dekan**

**Dr. M. Musa, S.II.,M.H**

Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
Nomor : 724 /Kpts/FH/2021  
TENTANG PENETAPAN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang**
1. Bahwa untuk membantu mahasiswa dalam menyusun skripsi yang lebih berkualitas, perlu ditunjuk pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut
  2. Bahwa penetapan dosen sebagai pembimbing yang ditetapkan dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat sebagai pembimbing.
- Mengingat**
1. Undang-Undang Nomor : 20 tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional
  2. UU No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru Besar
  3. UU Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
  4. PP Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
  5. Permenristek Dikti Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
  6. Permenristek Dikti Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Akreditasi Prodi dan Perguruan Tinggi
  7. SK. BAN-PT Nomor 217/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/X/2013
  8. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
  9. Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 0580/UIR/KPTS/2021 tentang Pemberhentian Dekan Fakultas Hukum dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Periode 2020-2024 dan Pengangkatan Dekan Fakultas Hukum dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Periode Sisa Jabatan 2020-2024
- Menetapkan**
- MEMUTUSKAN
1. Menunjuk  
Nama : Sri Arlina, S.H., M.H  
NIDN / NPK : 20 02 02 761 / 1026128207  
Pangkat/Jabatan : Penata Muda Tingkat I,C/b  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Sebagai Dosen Pembimbing Mahasiswa  
Nama : Jihan Sarah Syfitri  
NPM : 17 10 10 070  
Prodi / Departemen : Ilmu Hukum / Hukum Bisnis  
Judul skripsi : Pelaksanaan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Butik Kayla Natuque)
  2. Tugas-tugas pembimbing dan adalah berpedoman kepada SK. Rektor Nomor : 052/UIR/Kpts/1989, tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa fakultas di lingkungan Universitas Islam Riau
  3. Kepada yang bersangkutan diberikan honorarium, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Riau.
  4. Keputusan ini mulai berlaku semenjak ditetapkan, jika ternyata terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada tanggal : 25 November 2021  
Dekan

Dr. M. Musa, S.H., M.H  
NIDN. 1009116601

Tembusan : Disampaikan kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR di Pekanbaru
2. Yth. Sdr. Ka. Departemen Ilmu Hukum Fak. Hukum UIR
3. Yth. Ka. Biro Keuangan UIR di Pekanbaru



**NOMOR : 014 /KPTS/FH-UIR/2022**  
**TENTANG PENETAPAN TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA**  
**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- Menimbang :
1. Bahwa untuk pelaksanaan ujian komprehensif skripsi mahasiswa perlu di tetapkan tim penguji dalam Surat Keputusan Dekan.
  2. Bahwa nama-nama tersebut di bawah ini dipandang mampu dan memenuhi syarat sebagai penguji.
- Mengingat :
1. Undang-undang Nomor : 20 Tahun 2003
  2. Undang-undang Nomor : 14 Tahun 2005
  3. Peraturan Pemerintah Nomor : 30 Tahun 1990
  4. Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional :
    - a. Nomor : 232/U/2000
    - b. Nomor : 234/U/2000
    - c. Nomor : 176/U/2001
    - d. Nomor : 045/U/2002
  5. Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Nomor : 02.Dikti/Kep/1991
  6. Keputusan BAN-PT Nomor : 217/SK/BAN-PT/AK-XVI/S/X/2013
  7. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
  8. Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau tentang Kurikulum FH Nomor :
    - a. Nomor : 52/UIR/Kpts/1998
    - b. Nomor : 55/UIR/Kpts/1989
    - c. Nomor : 117/UIR/KPTS/2012
  9. Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 0580/UIR/KPTS/2021 tentang Pemberhentian Dekan Fakultas Hukum dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Periode 2020-2024 dan Pengangkatan Dekan Fakultas Hukum dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Periode Sisa Jabatan 2020-2024

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan :
1. Tim Penguji Komprehensif Skripsi Mahasiswa :

N a m a : Jihan Sarah Syafitri  
N.P.M. : 171010070  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Judul Skripsi : Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Butik Kayla Natuque)

Dengan susunan tim penguji terdiridari

Sri Arlina, S.H., M.H : Ketua merangkap penguji materi skripsi  
Dr. R. Febrina Andarina Zaharnika, S.H., M.H : Anggota merangkap penguji sistematika  
Selvi Harvia Santri, S.H., M.H : Anggota merangkap penguji methodologi  
Erlina, S.H., M.H : Notulis
  2. Laporan hasil ujian serta berita acara ujian telah disampaikan kepada pimpinan fakultas selambat-lambatnya sehari setelah ujian dilaksanakan.
  3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.
- Kutipan** : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat diketahui dan dimaklumi.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada Tanggal 17 Januari 2022  
Dekan,

  
**Dr. M. Musa, S.H., M.H**  
NIDN. 1009116601

Tembusan disampaikan kepada :

1. Yth. Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
2. Yth. Bapak Kepala Biro Keuangan Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Pertinggal





# UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS HUKUM



Alamat : Jl. Kaharuddin Nasution No.113, Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau - 28284  
Telp. (0761) 72127 Fax. (0761) 674 834, 721 27  
Website : [law.uir.ac.id](http://law.uir.ac.id) - e-mail : [law@uir.ac.id](mailto:law@uir.ac.id)

**BERAKREDITASI " A " BERDASARKAN SK BAN-PT NO. 2777/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018**

## BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, **Nomor : 014/KPTS/FH-UIR/2022 Tanggal 17 Januari 2022**, pada hari ini **Kamis, 20 Januari 2022** telah dilaksanakan Ujian Skripsi Program Studi (S1) Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, atas nama :

Nama : Jihan Sarah Syafitri  
N P M : 171010070  
Program Study : Ilmu Hukum  
Judul Skripsi : Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Butik Kayla Natuque)  
Tanggal Ujian : 20 Januari 2022  
Waktu Ujian : 11.00-12.00 WIB  
Tempat Ujian : Ruang Sidang Fak. Hukum UIR  
IPK : 3.28  
Predikat Kelulusan :

### Dosen Penguji

### Tanda Tangan

1. Sri Arlina, S.H., M.H
2. Dr. R. Febrina Andarina Zaharnika, S.H., M.H
3. Selvi Harvia Santri, S.H., M.H

1.

3.

### Notulen

4. Erlina, S.H., M.H

4.

Pekanbaru, 20 Januari 2022  
Dekan Fakultas Hukum UIR

Dr. Musa, S.H., M.H  
NIK. 950202223

## ABSTRAK

Konsumen mendapatkan perlindungan dan perkembangan teknologi & fakta, suatu transaksi yg sering dipakai merupakan pembayaran, mengalami perkembangan yg pesat & mempunyai banyak sekali penemuan pada pembayaran transaksi online yg paling aman.

Masalah pokok dalam penelitian ini adalah Bagaimana pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut UU Nomor 8 Tahun 1999 (Studi kasus kayla Nutique), dan Apa saja faktor penghambat dalam pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut UU nomor 8 tahun 1999 (studi kasus butik kayla nutuque)

Penelitian ini menggunakan Metode, penelitian ini bersifat Empiris terbuka yaitu Penelitian *Observational Research*, yang dilakukan dengan cara survei, sedangkan jika dilihat dari jenisnya, penelitian ini bersifat deskriptif yaitu memberikan gambaran tentang adanya perlindungan hukum terhadap pelaku usaha. dan konsumen dalam transaksi online

Dari hasil penelitian penulis di butik diketahui bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi belanja online menurut undang-undang No 8 Tahun 1999 (Studi kasus butik kayla natuque), melalui tahapan Owner dan Consumer ( biasa, dan elit), tahapan pemilik Penawaran, Pemesanan, Penerimaan, dan pembayaran, Menurut Konsumen Biasa kendala di butik kayla adalah kurangnya kejujuran tentang kondisi produk dan juga tentang harga produk.



## *ABSTRACT*

Consumers get protection and technological developments and facts, a transaction that is often used is a payment, has experienced rapid development and has many discoveries in the safest online transaction payment.

The main problem in this study is how to implement consumer protection in online buying and selling transactions according to Law Number 8 of 1999 (Kayla Nutique case study), and what are the inhibiting factors in implementing consumer protection in online buying and selling transactions according to Law number 8 of 1999 (study of kayla nutuque boutique case

This study uses an open empirical method, namely Observational Research, which was conducted by means of a survey, whereas when viewed from the type, this research is descriptive in nature, that is, it provides an overview of the existence of legal protection for business actors. and consumers in online transactions

From the results of the author's research at the boutique, it is known that the implementation of consumer protection in online shopping transactions according to Law No. 8 of 1999 (Kayla Natuque boutique case study), through the Owner and Consumer stages (ordinary, and elite), the stages of the Offer, Order, Acceptance owner, and payment, According to Ordinary Consumers, the problem at Kayla's boutique is the lack of honesty about the condition of the product and also about the price of the product.

## PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai di waktu yang tepat. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Teristimewa untuk kedua Orang tua penulis bernama Edhy Supriyadi dan Ibunda Noorma Sary
2. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada saudara kandung bernama Adib Al-fiqri dan Rafasya Raditya yang selalu memberi dukungan dalam penulisan skripsi
3. Serta penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Keluarga Besar yang telah memberikan semangat dan dukungan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi in



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarukatuh*

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan Karunianya, penulis masih diberikan kekuatan dan keteguhan hati serta kemauan sehingga peneltitan dan penyusunan skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan segala keterbatasan dan usaha yang sungguh-sungguh. Kemudian shalawat dan salam tak lupa penulis sampaikan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam Zahiliah kepada alam yang penuh dengan ilmu Pengetahuan seperti sekarang ini.

Segala daya upaya dan kesanggupan serta kemampuan yang penulis miliki, pemulis dapat berusaha menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan judul “PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MENURUT Undang-Undang No 8 TAHUN 1999 (Studi kasus Butik kayla Natuque)” Adapun maksud dan tujuan penulis melakukan penyusunan skripsi ini, adalah untuk dapat menambah ilmu pengetahuan penulis, dan yang lebih penting lagi intuk penyelesaian Ujian Sarjana Hukum jurusan Hukum Bisnis dalam Program Studi strata (S1) yang sedang penulis tekuni di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dan terselesaikan berkat motivasi.dorongan, baik budi dan

bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis harus menyampaikan rasa ucapan terimakasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H M.C.L., selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan dan menjadi salah satu mahasiswa pada Universitas Islam Riau.
2. Bapak Prof Dr. M. Musa, S.H.,M.H selaku dekan Fakultas Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis dalam menambah ilmu selama kuliah
3. Bapak Dr. Rosyidi Hamzah, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan di fakultas Hukum Universitas Islam Riau
4. Ibu Dr. Desi Apriani, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
5. Bapak S. Parman, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
6. Ibu Sri Arlina, S.H., M.H., selaku pembimbing yang telah memberikan ilmu dan bimbingan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, yang telah



memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis semasa kuliah hingga saat selesainya skripsi ini.

8. Kepada sahabat-sahabat saya Kevin Delvin Aritonang S. T Afaf Adelia Adena S.T ,Dan Varid alvredo AMD, Dan Dan Teman Spesial Saya Dr. Kin Sanjaya Yang selalu memberi masukan dan semangat dalam penyelesaian skripsi tersebut
9. Teman-teman Seperjuangan Angkatan 17 yang sama-sama berjuang dalam Perkuliahan di Universitas Islam Riau

Akhirnya atas segala bantuan dan saran yang telah diberikan dengan rasa hormat penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang berkesempatan memberikan masukan dan kritikan semoga Allah SWT memberkahinya, aamiin.

***Wassalamu'alakum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Duri , 25 September 2021

Penulis

Jihan Sarah Syafitri

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	II
SERTIFIKAT ORIGINALITAS PENELITIAN.....	III
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	IV
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	VI
PENUNJUKAN PEMIMBING.....	VII
SK PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI.....	VII
BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU SKRIPSI.....	
ABSTRAK.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
PERSEMBAHAN.....	X
KATA PENGANTAR.....	XI
DAFTAR ISI.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	4
A. Latar Belakang.....	4



B.	Masalah Pokok .....	12
C.	Tujuan dan manfaat penelitian .....	13
D.	Tinjauan Pustaka .....	14
E.	Konsep Operasional.....	18
F.	Metode Penelitian .....	20
<b>BAB II Tinjauan umum .....</b>		<b>24</b>
A.	Tinjauan perlindungan konsumen.....	24
B.	Tinjauan Transaksi Jual Beli online.....	32
C.	Tinjauan Umum Butik Kayla Natuque .....	49
<b>BAB III Hasil dari pembahasan .....</b>		<b>53</b>
a.	Bagaimana penerapan perlindungan konsumen bagian dalam kesepakatan jual beli online menurut undang- undang nomor 8 tahun 1999 (studi kasus butik kayla nutique .....	53
b.	Apa saja faktor penghambat dalam penerapan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999 (studi kasus butik kayla nutique).....	65
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>83</b>

a. Kesimpulan.....	83.
b. Saran.....	84
Daftar Pustaka.....	85
Lampiran.....	89



Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dengan adanya asal-usul terhadap perlindungan konsumen dan perkembangan ekonomi yang ada di dunia, Ekonomi global pada saat ini dalam zaman perdagangan bebas untuk pertahanan jual beli dan kawasan pasar baru yang luas. Pada saat ini manusia tidak bisa dijahui dari teknologi yang tujuannya untuk mempermudah. Sebuah hukum perlindungan konsumen tetap berkaitan dalam berbagai bidang dan perwakilan hukum yang berperdikita. Di Indonesia sudah diatur mengenai konsumen oleh pemerintah dalam UU No 8 Tahun 1999

Konsumen mendapatkan perlindungan dan perkembangan teknologi & fakta, suatu transaksi yg sering dipakai merupakan pembayaran, mengalami perkembangan yg pesat & mempunyai banyak sekali penemuan pada pembayaran transaksi online yg paling aman<sup>1</sup>

Hal ini telah tertuang dalam buku UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimana dalam pasal 6 disebutkan berupa hak-hak pelaku usaha:

1. Pemberi kerja berhak atas pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

---

<sup>1</sup> Barakatullah, A. H, *Hukum Perlindungan Konsumen* (kajian teoritis), Nusa media ,Bandung hl 41 2008

2. Pelaku usaha berhak mendapatkan perlindungan hukum apabila konsumen tidak melakukan perbuatan yang tidak menyenangkan Pelaku usaha berhak membela dirinya apabila dalam penyelesaian hukum sengketa

3. Pelaku usaha berhak mendapatkan rehabilitasi nama akibat perbuatan melawan hukum penghinaan atau pencemaran yang dilakukan oleh konsumen , melalui pengadilan.

4. Pelaku usaha berhak mendapatkan hak-hak yang ada didalam undang-undang,<sup>[2]</sup>

Suatu aktivitas yang melaksanakan bisnis menyesuaikan suatu peraturan yang tetap dapat mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan berbelanja masyarakat. Dan bisa dilakukan dimana saja ketika memiliki koneksi internet, namun ada terdapat sejumlah dampak negatif yang menimbulkan permasalahan hukum yang dapat merugikan konsumen<sup>3</sup>

Menggunakan *e-commerce* masa ini merupakan sebuah kebutuhan kepada masyarakat, lembaga ataupun perusahaan supaya mampu bersaing secara global, dalam penggunaan *e-commerce* ada dampak positifnya dibandingkan dampak negatifnya. Dikatakan sekarang banyak perusahaan yang menggunakan *e-commerce*.<sup>4</sup> Sebagai untuk meningkatkannya pendapatan perusahaan tersebut, perusahaan yang menggunakan *e-commerce* itu baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Yau

<sup>2</sup> Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>3</sup> Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo

<sup>4</sup> Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada 2004, Jakarta, hal 13



berpendapat bahwa e-commerce ada 6 dampak positif bagi perusahaan suatu bisnis yaitu<sup>5</sup>:

1. Meningkatkan kemampuan
2. Menghemat biaya
3. Memeriksa barang
4. kegiatan pemindahan dan penyaluran barang atau jasa
5. perusahaan dapat menjaga hubungan yang lebih baik terhadap pelanggan dan
6. Perushan dapagt menjaga hubungan yang baik terhadap pemasok (*Supplier*)

Ada sejumlah dampak positif dan ada beberapa kendala dalam pelaku usaha untuk melakukan transaksi online, menurut para ahli yaitu nasution ada beberapa kendala dalam melakukan transaksi jual beli secara online yaitu:

1. Terbatasnya pengetahuan tentang bisnis tersebut

Pada zamannya sekarang banyak masyarakat hanya mengikuti “trend” membuka online, namun mereka tidak mengetahui tentang apa sebenarnya bisnis online tersebut sehingga bisnis online tersebut tidak mendapatkan hasil yang maksimal

2. Banyaknya penipuan di dunia maya

Penipuan yang sering terjadi di dunia itu salah satunya konsumen adalah membayar mentransfer uang ke toko online tersebut tetapi “toko online” tersebut tidak mengirim produk tersebut ke konsumen. Atau juga bisa

---

<sup>5</sup> e-journal “Acta Diurna” Volume VI. No. 2. Tahun 2017, Halaman 199-210

dikatakan kualitasnya sangat buruk contohnya : Pelaku usaha memfoto produk tersebut kekonsumen tetapi pas di kirim ke konsumen tidak sesuai dengan foto produk sebelumnya. Dengan demikian konsumen itu sering merasa rugi dalam melakukan berbelanja online,dan ada beberapa konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja secara offline,karena konsumen bisa melihat produk itu secara langsung.

### 3. Persaingan Bisnis Online Sangat Tinggi

Di era elektro waktu ini perkembangannya sangat pesat, sebagai akibatnya nir bisa dipungkiri akan terjadi persaingan yg sangat ketat, lantaran peluang usaha toko online, distributor produk atau cabang sudah dioperasikan sang ribuan orang berdasarkan banyak sekali negara buat memenuhi kebutuhan tersebut.

### 4. Kendala koneksi internet

Melakukan bisnis online membutuhkan koneksi internet,bila tinggal di kota intenet bukan menjadi kendala,tetapi tinggal di desa koneksi internet menjadi kendala.

### 5. Masalah Dalam Pemasok

Masalah yang sering dialami oleh reseller dan toko online adalah rekanan dalam pemasok barang, pemasok sangat mempengaruhi ketersediaan bahan baku dan produk dalam suatu perusahaan. Ketersediaan suatu produk merupakan faktor penting dalam suatu perusahaan, hal tersebut tidak ada ketika agen dan pemasok mengalami masalah dan menyebabkan pemasok tidak dapat



melanjutkan kerjasama dalam pendistribusian barang. Karena masalah ini dapat dihindari<sup>6</sup>

Penting dalam suatu perusahaan, hal tersebut tidak ada ketika agen dan pemasok mengalami perseolahan dan penyebab pemasok tidak dapat melakukan kerjasama dalam pendistribusian barang. Karena masalah ini dapat dihindari Dalam menggunakan bisnis secara online yang sedang trend lingkungan masyarakat terdapat keuntungan bagi konsumen sehingga barang atau jasa yang ditawarkan sangat bervariasi dengan adanya kegiatan di pasar terbuka bagi para pelaku usaha untuk menawarkan produknya di berbagai negara, dalam keadaan ini konsumen dapat memilih beberapa produk yang diinginkan konsumen<sup>7</sup>

Saat ini metode yang digunakan dalam Pembayaran melalui transaksi *e-commerce* merupakan suatu metode yang gampang,cepat dan dapat dipercaya, memilii kekurangan yaitu pembayaran ini terbatas Biasanya transaksi ini dilakukan pembayaran melalui elektronik. Hak pelaku usaha yang lainnya merupakan keistimewaan dari pelaku usaha yang lebih berkaitan Selaku pelaku usaha yang baik dapat memberikan upaya dan memberikan informasi yang sebenarnya dan sejelas-jelasnya tentang kondisi produk Pada saat ini sering terjadi penipuan yang merugikan konsumen,maka dari itu pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undang untuk melindungi konsumen yang

---

<sup>6</sup> *ibid*

<sup>7</sup> Iman Sjahputra, 2010, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: PT.ALUMNI, hal. 2

sering dirugikan oleh pelaku usaha, tidak hanya menimpa konsumen tetapi juga merugikan pelaku usaha.<sup>8</sup>

Dalam melakukan kesepakatan di pedagang online biasanya menggunakan e-commerce, seorang reseller tidak harus bertatap muka langsung dengan pembeli. Transaksi hanya dapat digunakan melalui korespondensi melalui email dan sebagainya. Pembayaran (*Payment*) hanya dapat dilakukan melalui internet, dan data *message* (pesan data) yang berisi kesepakatan (*agreement and contract agreement*) dapat disampaikan oleh salah satu orang yang bersangkutan (*originator*) sebagai pencetus kepada pihak lain penerima (*addressee*) baik secara perlahan maupun melalui perantara dengan menggunakan layanan elektronik seperti internet dan sebagainya<sup>9</sup>.

Pada masa globalisasi adanya perdagangan internasional dan perkembangan teknologi yang membuka terjadinya *e-commerce* yang selama ini diketahui oleh masyarakat hanyalah kegiatan penjualan yang hanya. Dilaksanakan menggunakan media elektronik dalam pasal UU UNCITRAL Model 1 dan 2 memberikan defenisi melakukan perdagangan dengan memanfaatkan data pesan elektronik sebagai sarana. pasal 2 menerangkan mengenai *electronic message*

Undang-undang informasi dan transaksi elektronik (UUITE) uu no 11 tahun 2008 “ mengatur tentang informasi serta transaksi melalu elektronik atau

---

<sup>8</sup> AZ. Nasution SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* Hal 10 Jakarta 2011

<sup>9</sup> Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018. Hlm 199-210



teknologi informasi secara umum”, ketentuan undang-undang, baik yang berada di Indonesia maupun di luar yurisdiksi Indonesia,

Pasal 28 ayat (1) UU ITE berbunyi:”Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”<sup>10</sup>

Huruf a Pasal 8 ayat 1 UU NO 8 Tahun 1999 berisi: “pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak memenuhi standar yang di persyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan”

Lihat "Pasal 2 UU". Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berdasarkan kepentingan, keadilan, keseimbangan, keselamatan dan keamanan konsumen, serta kepastian hukum. "

Ada beberapa metode pembayaran yang digunakan penjual kepada pembeli dalam menjalankan transaksi jual beli secara online yaitu :

- a. Transfer bank
- b. Kartu kredit
- c. Paypai
- d. Kartu Debit
- e. *Western union*
- f. Di tagih bisa melalui telephone seluler dan pulsa

---

<sup>10</sup> Undang-Undang ITE

g. *Cash on delivery* ( pembayaran dilakukan oleh penjual kepada pembeli dalam bertransaksi suatu barang secara tunai ketika pesanan tiba)

Transaksi jual beli online merupakan Sebuah pelaksanaan perjanjian yang yang dibuat para pihak melalui sistem elektronik pasal 47 point 2 peraturan pemerintah nomor 83 tahun 2012 penyelenggaraan sistem transaksi elektronik dinyatakan bahwa “kontrak elektronik dapat dikatakan sah apabila :

- a) Terdapat kesepakatan para pihak
- b) Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- c) Terdapat hasil tertentu
- d) dan Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketentuan umum”

Dalam melakukan kesepakatan jual beli online, apapun bentuk barang atau jasanya, kedua belah pihak menganggap pihak pertama sebagai pemasok barang dan pihak kedua sebagai pengguna barang yang dijual.

Salah satu contoh kasus terjadi di daerah duri ada sebuah butik yang beralamat di jalan Sultan Syarif kasim di kecamatan Batin Solapan (kayla Natuque) butik ini menjual barang seperti baju, tas, sepatu, dan dompet yang mana butik ini beberapa kali membuat konsumen merasa dirugikan, salah satu kerugian yang di alami konsumen adalah adanya perbedaan antara konsumen yang “elit” dengan konsumnen yang “biasa saja “. Konsumen elit dimaksud



disini adalah konsumen yang berbelanja adalah seseorang yang bekerja di chevron atau istri dari yang kerja di chevron tersebut, Sedangkan konsumen yang “biasa disini bisa dikatakan konsumen biasa dan biasanya berbelanja menggunakan kredit bukan lunas seperti konsumen “ elit” adalah contohnya ada konsumen yang biasa berbelanja di butik tersebut tetapi barangnya tidak sesuai dengan foto di post di sosial media, sedangkan konsumen yang “elit” berbelanja fotonya sesuai dengan yang di post di sosial media tersebut tetapi dengan harga yang sama antara konsumen “biasa” dengan konsumen “elit “ tersebut. Butik ini biasanya mempromosikan produknya lewat instagram dan lewat status wa dan ada juga di shoppe. Dengan ada kasus ini adanya perbedaan

perlakuan anantara konsumen yang” biasa” dengan konsumen “elit “ tersebut, padahal dengan harga yang sama tapi dengan kualitas barang yang berbeda

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan-permasalahan dari latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah utama sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut UU Nomor 8 Tahun 1999 (Studi kasus kayla Nutique)?
2. Apa saja faktor penghambat dalam pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut UU nomor 8 tahun 1999 (studi kasus butik kayla nutuque)?

## C. Tujuan Dan manfaat penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui bagaimana penerapan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online menurut UU Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus butik Kayla nutique)
- b. faktor penghambat dalam pelaksanaan perlindungan konsumen transaksi jual beli online menurut UU Nomor 8 tahun 1999 (Studi Kasus Butik Kayla Nutique)

### 2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis
  1. Penelitian teoritis ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran bagi profesi hukum dan memperluas pengetahuan tentang perlindungan pembeli dan pelaku usaha yang berdagang secara online
  2. Dan pada penelitian ini diharapkan para pembaca mengetahui dan berkembang hukum perlindungan konsumen
- b. Manfaat Praktis
  1. Berfungsi untuk menambah pengetahuan penulisan fakultas hukum Universitas Islam Riau, dan masyarakat penelitian ini sebagai bacaan perpustakaan yang berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian terjadi terhadap konsumen dalam transaksi online. Serta dengan adanya tulisan,penulisan berharap adanya manfaat bagi tenaga pendididkan,masyarakat umum dan mahasiswa



#### D. Tinjauan Pustaka

Undang-undang tersebut mengatur tentang pelaku usaha.”Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen Tahun 1999 mengatur bahwa “pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum. Dan menetap atau melakukan kegiatan usaha dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia sendiri atau bersama-sama melalui suatu perjanjian untuk melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi<sup>11</sup>.”

##### a. Teori Perlindungan Hukum

Hal tersebut merupakan uraian fungsi hukum adalah untuk mencapai tujuan hukumnya, keadilan, keabsahan, dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah perlindungan terhadap suatu badan hukum sesuai dengan ketentuan undang-undang, dan ditujukan baik untuk perlindungan maupun perlindungan hukum.

Satjipto raharjo berpendapat bahwa teori perlindungan hukum ini terinspirasi dari seseorang yang berpendapat bagaimana tujuan huku tersebut yakni untuk menyatukan dan mengatur berbagai kepentingan dalam masyarakat. Adanya pembatasan terhadap berbagai untuk kepentingan tersebut dan dapat

---

<sup>11</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. BAB I, Pasal 1 ayat (3).

memiliki Keistimewaan dapat memberikan perlindungan hukum tersebut dapat terbagi menjadi Hukum preventif dan hukum represif<sup>12</sup>.

Dalam mengambil tindakan pemerintah harus bersikap hati-hati dan berdasarkan sebuah diskresi.<sup>13</sup> . Perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita. Indonesia merupakan negara hukum yang berdasarkan kepada pancasila harus memberikan perlindungan hukum bagi masyarakat maka dari itu perlingungann bersifat represif, baik tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan supremasi hukum

#### b. Pengertian konsumen

Konsumen berasal dari *consumer* (Inggris dan AS) atau *consument/konsument* (Belanda), yang artinya konsumen, tergantung lokasinya. Menurut kamus bahasa Inggris-India, arti yang diberikan oleh konsumen kepada pemakai atau konsumen pemakai.

Sebutan konsumen yang sering digunakan masyarakat untuk memakai barang atau jasa. Masyarakat memberikan arti dalam konsumen tersebut yaitu kelompok yang memegang hubungan langsung antar pembuat produk tersebut dengan pelanggan,dapat diartikan sebagai setiap kelompok yang menggunakan bantuan dengan memanfaatkan secara baik dan pelaku usaha dengan konsumen harus berhubungan langsung dan yang tidak mempunyai hubungan langsung

---

<sup>12</sup> *Ibid* hal 41

<sup>13</sup> *Ibid* hal 41



dan hanya bisa dikatakan sebagai konsumen harfia adalah orang yang membelanjakan dan yang memakai dibutuhkan saja

Dalam keputusan dalam aturan perundang-undangan telah terdapat wewenang tersebut diantara:

1. Hak rehabilitasi (hak atas ganti rugi) diberikan apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen disebabkan oleh barang dan/atau jasa yang dipasarkan
2. Hak diatur oleh peraturan undang-undang
3. Perolehan dilindungi dari konsumen yang sah
4. Hak untuk mendapatkan bantuan hukum apabila penyelesaian dilakukan di jalur hukum
5. Pelaku usaha mendapatkan pembayaran produk dibeli oleh konsumen

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 disebutkan keharusan dari pelaku usaha sebagai berikut diantaranya:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Pelaku usaha melayani konsumen dengan baik, jujur serta tidak diskriminatif
- c. Pelaku usaha menjamin kualitas produk yang dijual ke konsumen.
- d. Dapat dijual sesuai umum standar suatu produk atau jasa.
- e. Memberikan waktu kepada konsumen untuk membuktikan dan memeriksa barang dan jasa untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan produk yang

paling penting. Jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati, akan diberikan kompensasi<sup>14</sup>

Suatu perlindungan konsumen dapat diselenggarakan apabila usaha bersama, pihak yang terkait berupa masyarakat maupun pelaku usaha, bukan hanya masyarakat

dan pelaku usaha saja tetapi pemerintah. Dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 mengatur lima asas, yaitu<sup>15</sup>:

1. Asas Manfaat

Segala upaya penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan

2. Asas Keadilan

Memaksimalkan partisipasi masyarakat dan memungkinkan konsumen dan pelaku ekonomi memiliki hak dan menjalankan kewajibannya secara adil

3. Asas Keseimbangan

Bagian konsumsi adalah untuk menyeimbangkan kepentingan konsumen, , pelaku ekonomi dan pemerintah.

4. Asas jaminan keamanan konsumen

<sup>14</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 6Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>15</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta 2008 hal 5

Untuk memberikan kepastian, keamanan penggunaan dan manfaat barang atau jasa yang digunakan konsumen

5. Asas kepastian hukum

untuk menjamin keamanan. Kami memastikan keamanan konsumen kami dan menjamin penggunaan dan penggunaan produk dan layanan yang kami gunakan.

**E. Konsep Operasional**

Semoga penelitian ini dapat membawa manfaat bagi pembaca, maka penulis memberikan beberapa keterbatasan dari penjelasan berikut ini:

“Hukum Konsumen” “Hukum Perlindungan Konsumen”, Masyarakat belum memahami sepuluh tang dua istilah tersebut, dan apa saja yang termasuk kedalam materi tersebut:

**A. Pelaksanaan**

Sebagai suatu proses berupa rangkaian kegiatan yang dimulai dari kebijakan untuk mencapai suatu tujuan, kebijakan tersebut dituangkan dalam suatu program dan proyek. Ada beberapa ahli yang berpendapat tentang implementasi sebagai berikut:

2. Westra berpendapat bahwa implementasi adalah upaya yang dilakukan terhadap rencana dan kebijakan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan melengkapi semua alat yang diperlukan, siapa yang akan mengimplementasikannya, dan di mana akan dilaksanakan dan kapan akan dimulai.



3. Bintoro Tjokroadmudjoyo, pelaksanaan suatu proses dimana terbentuk serangkaian kegiatan yang dimulai dari suatu kebijakan untuk mencapai suatu tujuan dan kemudian kebijakan tersebut terungkap

#### B. Perlindungan Konsumen

Konsumen dilindungi dalam pasal 1 angka (1) yaitu “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Pasal tersebut buksn haya untuk konsumen yang di lindungi saja tetapi ada hak-hak pelaku usaha yang menjadi perhatian bagi pemerintah

Di sisi lain, bidang penerapan ekonom Ikatan Cendekiawan dan Ekonomi Indonesia (ISEI) terkait agen komersial adalah sebagai berikut:

##### a) Investor

Investor adalah agen komersial yang membiayai berbagai kepentingan seperti bank, perusahaan leasing, broker dan pemberi pinjaman

##### b) Produsen

Produsen adalah pelaku komersial yang melakukan kegiatan produksi, yaitu kegiatan yang menghasilkan produk berupa barang atau jasa.

##### a) Distributor

adalah pihak yang melakukan kegiatan distribusi, yaitu kegiatan menyalurkan produk dari produsen ke konsumen dalam bentuk barang dan jasa.

## F. Metode Penelitian

Penelitian ini, dilakukan dengan baik, penelitian dilakukan dengan benar, dan penulis dapat mencapai tujuannya. Metode ini membantu mengidentifikasi dan menemukan data yang akurat dan serta dapat menjawab semua pertanyaan penting dalam penelitian. Metode yang digunakan adalah:

### 1. Jenis dan sifat penelitian

Dilihat dari jenis penulisannya, penelitian ini bersifat Empiris terbuka yaitu Penelitian *Observational Research*, yang dilakukan dengan cara survei, sedangkan jika dilihat dari jenisnya, penelitian ini bersifat deskriptif yaitu memberikan gambaran tentang adanya perlindungan hukum terhadap pelaku usaha. dan konsumen dalam transaksi online.

- ### 2. Tempat penelitian tersebut terletak di di Duri Kecamatan Batin Solapan kecamatan Tambusai batang dui Jalan sultan syarif kasim ( Khayla butique )
- butik ini menjual berupa baju,tas, sepatu dan dompet dan lain-lainnya. Yang mana butik ini sering membuat konsumen merasa dirugikan, salah satu kerugian yang di alami konsumen adalah adanya perbedaan antara konsumen yang “elit” dengan konsumn yang “biasa saja “ ada konsumen yang biasa berbelanja di butik tersebut tetapi barangnya tidak sesuai dengan foto di post di sosial media,seandainya konsumen yang “elit” berbelanja fotonya sesuai dengan yang di post di sosial media tersebut tetapi dengan harga yang sama antara konsumen “biasa” dengan konsumen “elit “ tersebut. Dengan ada kasus ini adanya perbedaan perlakuan anantara konsumen yang” biasa”

dengan konsumen “elit “ tersebut, padahal dengan harga yang sama tapi dengan kualitas barang yang berbeda .

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan daerah yang berasal dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan kuantitas khusus .<sup>16</sup>

Sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan karakteristik oleh sebuah populasi Berikut ini adalah yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini dapat juga dilihat dari tabel 1.1

**TABEL 1.1**  
**Populasi Dan Sampel**

NO	Khiteria Populasi	populasi	Sampel	Presentase	Keterangan
1	pemilik	1	1		wawancara
2	Karyawan	3	1		wawancara
3	Konsumen “elit dan konsumen biasa “	10	3	30%	wawancara
Jumlah		14	4	30%	

Sumber : 2021

<sup>16</sup> [https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html#Pengertian\\_Sampel](https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html#Pengertian_Sampel)  
diakses tanggal 1 april 2021 Jam 20.16



Berdasarkan tabel diatas dalam penelitian ini diambil 100 % dari pemilik dan konsumen karena sudah mewakili dalam penelitian ini dan dari data yang diambil merupakan data yang dilakukan wawancara terhadap konsumen baik konsumen “elit” maupun konsumen yang “biasa” ,sehingga diharapkan dapat mampu menjawab permasalahan penelitian, jumlah populasi dalam penelitian ini relatif sedikit.

#### 1. Sumber Data

Dengan menggunakan data survei yang dikumpulkan, tim redaksi mengelompokkan data menjadi dua kelompok.

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari orang-orang yang diwawancarai dalam survei ini melalui wawancara dengan pelaku pasar konsumen dalam belanja dan penjualan online.

##### b. Data Sekunder

adalah data yang diperoleh dengan membaca pendapat para pedagang dan profesional terkait konsumen dalam buku, dokumen/arsip dan perdagangan online.

#### 1. Alat pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang sistematis dan terarah melalui tanya jawab satu arah. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data primer.

## 2. Analisis Data

Setelah data yang penulis peroleh, selanjutnya diklasifikasikan yang disesuaikan dengan bentuk dan jenis data tersebut, dan kemudian dirangkum dalam kalimat yang mudah di pahami serta dengan memperhatikan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan definisi para ahli hukum, terutama dengan cara apa pelaku usaha bertanggung jawab apabila konsumen mengalami kerugian terhadap dalam jual beli melalui internet apa saja penghambat badan usaha dalam mempromosikan produk ke konsumen Selanjutnya penulis melakukan pembahasan untuk menjawab masalah pokok pada penelitian ini dan terakhir ditarik suatu kesimpulan dengan cara deduktif

## 5. Metode Penarik Kesimpulan

Metode penarikan kesimpulan yang digunakan penulis adalah metode deduktif yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang khusus ke hal-hal yang umum. teori hukum dan Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan hukum bisnis, kemudian penulis menarik kesimpulan untuk memberikan informasi dan bahan hukum

## BAB II

### TINJAUAN UMUM

#### A. Tinjauan Perlindungan Konsumen

##### 1. Sejarah perlindungan Konsumen

Keberadaan undang-undang perlindungan konsumen tidak dapat diabaikan dengan sejarah gerakan perlindungan konsumen di dunia. Penampilan Gerakan perlindungan konsumen dilatarbelakangi oleh beberapa hal terkait dengan posisi konsumen dan pengusaha, Industrialisasi dan globalisasi yang terjadi di Amerika Serikat dan Eropa. Perhatian terhadap perlindungan konsumen khususnya dalam Amerika Serikat (1960-an-1970-an) mengalami perkembangan sangat signifikan dan menjadi objek kajian dalam bidang ekonomi, sosial, politik dan hukum. Banyak artikel dan buku telah ditulis tentangnya dengan gerakan ini. Di Amerika Serikat bahkan di era bertahun-tahun banyak peraturan yang berhasil diumumkan dan dijatuhkan menilai keputusan yang memperkuat posisi konsumen<sup>17</sup>.

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu diperhatikan hati-hati. di era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak berbagai macam barang/jasa bermunculan yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan atau penawaran langsung. Jika tidak hati-hati di dalam memilih produk/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek

<sup>17</sup> N.HT Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, Pantarai,2005 hal 8



eksploitasi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya<sup>18</sup>

Era perdagangan bebas dimana arus barang dan jasa dapat memasuki semua negara dengan bebas, maka itu seharusnya yang terjadi adalah persaingan yang jujur.

Persaingan yang jujur adalah persaingan di mana konsumen dapat memiliki barang atau jasa karena jaminan kualitas dengan harga yang wajar. Karena itu Pola perlindungan konsumen perlu diarahkan pada pola kerjasama antar negara, antara semua pemangku kepentingan dalam rangka terciptanya model perlindungan yang harmonis berdasarkan atas persaingan yang jujur<sup>19</sup>

Perkembangan seperti itu, di satu sisi memberikan manfaat kepada konsumen karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin keterbukaan kesempatan dan kebebasan memilih berbagai jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Kondisi dan fenomena seperti itu, di samping lainnya dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek kegiatan bisnis untuk meraup keuntungan yang sebagian besar dilakukan oleh pelaku usaha melalui jalur promosi, cara penjualan, serta perjanjian baku yang merugikan konsumen<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Happy Susanto, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, (Jakarta: Visimedia, 2008) hal 4

<sup>19</sup> Erman Raja guguk, dkk, 2000, Hukum Perlindungan Konsumen, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, hal. 38

<sup>20</sup> Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hal. 11-12. 3Ibid, hal. 12

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang umum digunakan untuk mengutarakan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usaha-usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri<sup>21</sup>. Dalam Pasal Undang-Undang Nomor 8 tahun 1991 angka 1 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan: Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. berbicara tentang sarana perlindungan konsumen Mempertanyakan jaminan atau kepastian tentang pemenuhan hak konsumen. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan hak konsumen yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak bertindak kesewenang-wenangan yang selalu merugikan hak-hak konsumen<sup>22</sup>.

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen barang dan jasa, yang dimulai dari tahap kegiatan memperoleh barang dan jasa sampai dengan akibat dari penggunaan barang dan jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen di kedua aspek tersebut adalah:<sup>23</sup>

a. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau

---

<sup>21</sup> Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010) hal 9

<sup>22</sup> Opcit hal 4

<sup>23</sup> Opcit hal 9-10

melanggar ketentuan Undang-undang. Dalam kasus ini termasuk pertanyaan tentang penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk dan sebagainya, apakah sudah sesuai? dengan standar yang berkaitan dengan keselamatan dan keamanan konsumen atau tidak. Juga, pertanyaan bagaimana konsumen mendapatkan omset jika ada kerugian karena menggunakan atau mengkonsumsi produk yang tidak demikian, masalah barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan, termasuk dalam lingkup tanggung jawab produk, yaitu kewajiban yang dibebankan kepada produsen untuk barang yang dikirim ke konsumen mengandung cacat di dalamnya sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen, misalnya karena keracunan makanan, barang tidak dapat digunakan untuk tujuan yang diinginkan karena kualitasnya rendah, barangnya tidak dapat bertahan lama karena cepat rusak dan sebagainya.

b. Perlindungan terhadap pemberlakuannya kepada konsumen dengan syarat yang tidak adil. Dalam hubungan ini termasuk masalah promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan jual, dan lain-lain. Ini ada hubungannya dengan

c. perilaku produsen dalam memproduksi dan mendistribusikan produknya. Termasuk cara konsumen memperoleh barang atau jasa yang dikelompokkan dalam cakupan standar kontrak yang mempertanyakan persyaratan perjanjian diterapkan oleh produsen kepada konsumen pada waktu yang diinginkan konsumen mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkannya.



Pertanyaan penggunaan standar kontrak dalam hubungan antara produsen dan konsumen

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupanun formal terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan penggerak bagi produktivitas dan efesiensi produsen atas barang dan jasa yang di hasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dengan demikian, upaya-upaya yang diberikan yang memberikan perlindungan terhadap konsumen yang penting dan mendesak untuk segera di cari solusinya. Konsumen yang keberadaanya sangat tidak terbatas dengan strata yang sangat bervariasi dapat menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang atau jasa dengan cara yang seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen tersebut <sup>24</sup>

Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal misalnya dari segi ekonomi maupun pengetahuan, mengingat produsen lah yang memproduksi barang, sedangkan konsumen hanya membeli produk yang telah tersedia dipasaran.

Perlindungan konsumen sangat penting, mengingat semakin banyak kecepatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi motor penggeraknya untuk produktivitas dan efesiensi produsen atas barang dan/atau jasanya

---

<sup>24</sup> Sri Redjeki Hartono, makalah Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam buku Hukum Perlindungan Konsumen, Ibid, hal. 34, dalam buku Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hal.6.

dihasilkan untuk mencapai sasaran usaha. Untuk mengejar ketinggalan dan mencapai keduanya, baik secara

langsung maupun tidak langsung konsumenlah yang umumnya merasakan dampaknya

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan :

- a) Membuat sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b) Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan keseluruhan pelaku usaha;
- c) Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- d) Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan; dan
- e) Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya<sup>25</sup>.

## 2. Defenisi Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan tentang perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhannya akan hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum istilah ini masih relatif baru,

<sup>25</sup> Erman Rajagukguk et al, 2000, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung, Mandar Maju, hlm. 7.

terutama di Indonesia, sedangkan di negara maju hal ini terjadi mulai dibicarakan seiring dengan perkembangan industri dan teknologi<sup>26</sup>

### 3. Pengaturan perlindungan Konsumen

Untuk melindungi konsumen di Indonesia dari hal-hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen, pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Hukum Perlindungan Konsumen dimaksudkan untuk menjadi dasar dari undang-undang tersebut kuat untuk pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen independen masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan edukasi konsumen.<sup>27</sup>

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan hak konsumen dapat melakukannya dengan optimisme. Pengaturan tentang Hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK menyatakan bahwa, “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Menurut Happy Sutanto, “kepastian”. undang-undang untuk memberikan perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui Undang-undang

<sup>26</sup> Kurniawan, Hukum Perlindungan Konsumen : Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Universitas Brawijaya Press, 2011, Hlm.42

<sup>27</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 6Tentang Perlindungan Konsumen



khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen<sup>28</sup>

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia baru dimulai pada pada tahun 1970, hal ini ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) pada Mei 1973. Berdirinya yayasan ini karena intuisi masyarakat sebagai konsumen terhadap promosi peluncuran barang dalam negeri. Di atas tekanan dari masyarakat, maka kegiatan promosi ini harus seimbang dengan tindakan pengawasan agar masyarakat tidak dirugikan serta kualitas yang terjamin. Keinginan dan desakan masyarakat untuk melindungi dirinya dari barang-barang berkualitas rendah telah

Memacu untuk berpikir serius tentang upaya untuk melindungi konsumen, dan memulai gerakan untuk mewujudkan cita-citanya<sup>29</sup> Inti dari diundangkannya UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini untuk mengatur perilaku pelaku usaha dengan tujuan agar konsumen dapat dilindungi secara hukum. Masalah ini berarti bahwa upaya untuk melindungi kepentingan konsumen dilakukan melalui perangkat hukum diharapkan mampu menciptakan norma hukum perlindungan konsumen. Di sisi lain diharapkan menjadi mengembangkan sikap bisnis yang bertanggung jawab, juga meningkatkan harkat dan martabat konsumen. pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang

<sup>28</sup> Opcit hal 4

<sup>29</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, . Gramedia Pustaka Utama, Jakarta:PT 2001, halaman 12-13

Perlindungan Konsumen UU No.8 Tahun 1999 dalam upaya memberikan perlindungan kepada konsumen materi pokok yang menjadi isi undang-undang, yaitu larangan, tanggung jawab produsen, tanggung jawab produk, perjanjian. atau klausula baku, penyelesaian sengketa dan ketentuan pidana<sup>30</sup>

## **B. Tinjauan Transaksi Jual Beli Online**

### **1. Pengertian Jual Beli Online**

Transaksi perdagangan menggunakan media elektronik, perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam kasus melakukan transaksi jual beli. Ketika yang pertama dimaksudkan dengan transaksi jual beli harus dilakukan tatap muka dimana ada peralihan barang langsung dari penjual ke pembeli, yaitu pembeli harus memenuhi dengan penjual pasar nyata.

Sekarang telah bergeser ke era di mana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media online. Tidak lagi harus ada pertemuan antara pembeli dan penjual di pasar, tapi cukup dengan menggunakan teknologi internet dan transaksi dapat dilakukan antara pembeli dan penjual<sup>31</sup>

Jual beli diatur dalam buku ketiga Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang Perikatan. Menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,

<sup>30</sup> Nurmandjito, Kesiapan Perangkat Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsumen, (Bandung: Mandar Maju, 2000), halaman 31

<sup>31</sup> M. Nur Rianto Al Arif, "Penjualan On-line Berbasis Media Social Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Ijtihad, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Volume 23, No.1, Tahun 2013 (Juni 2013), hlm.34.

jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan<sup>32</sup>

Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar<sup>33</sup>

Selain itu, dengan perkembangan teknologi yang semakin modern, seiring dengan lahirnya berbagai teknologi baru seperti telepon pintar, tablet, gadget, dan lainnya. Dalam berbagai teknologi ini, konsumen dapat membeli berbagai fitur program dari pasar online yang tersedia di berbagai teknologinya gratis dan berbayar. Seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi. Tumbuh ini, ternyata juga menimbulkan berbagai masalah. Beberapa masalah yang dapat timbul dalam transaksi online adalah<sup>34</sup>:

- a) Kualitas barang yang dijual, hal ini karena pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar yang akan dijual;
- b) Potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli;

<sup>32</sup> Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>33</sup> Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

<sup>34</sup> Arip purkon, *Bisnis Online Syariah :Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama ,2014 ) 20



- c) potensi gagal bayar dari pembeli, dimana ketika penjual sudah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli

Transaksi perdagangan di dunia maya atau e-commerce salah produk internet yang merupakan jaringan komputer yang saling terhubung terhubung satu sama lain. Dalam satu jaringan seperti itu ada jaringan dari banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik Jual beli online disebut juga e-commerce. E-niaga adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang mengganggu perusahaan, konsumen serta masyarakat tertentu melalui transaksi elektronik berupaperdagangan jasa dan informasi yang dilakukan melalui media elektronik<sup>35</sup>

Dengan kata lain, e-commerce adalah pembelian, penjualan, dan permasalahan barang dan jasa melalui sistem elektronik. Perdagangan elektronik meliputi transfer dana elektronik, pertukaran dan pengumpulan data. Semua dikelola dalam manajemen inventaris otomatis<sup>36</sup> Bentuk baru dari aktivitas jual beli ini tentunya memiliki banyak nilai positif, diantaranya kemudahan dalam melakukan transaksi (karena penjual dan pembeli tidak perlu repot rapat untuk melakukan transaksi). Toko online biasanya menawarkan barang dengan menyebutkan spesifikasi barang, harga, dan gambar. Pembeli memilih dan kemudian memesan barang tersebut biasanya

---

<sup>35</sup> Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: Alex Media computendo, 2000 h. 13.

<sup>36</sup> Jony Wong. *Internet Marketing for the Beginer*. Jakarta, Kompas Gramedia, 2010 h.23.

akan dikirim setelah pembeli mentransfer uang.keuntungan bisnis online dibandingkan dengan bisnis tradisional<sup>37</sup>

## 2. Unsur Jual Beli Online atau e-Commerce

Dalam transaksi jual beli melalui internet, pihak-pihak yang terlibat di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dibuat secara elektronik dan sesuai dengan:

Pasal 1 angka 17 Tahun 2008 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai: kontrak elektronik adalah perjanjian yang tertuang dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pengusaha yang menawarkan barang atau layanan elektronik harus memberikan informasi kepada Pengusaha yang menawarkan barang atau layanan elektronik diharuskan untuk memberikan informasi tentang persyaratan kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar<sup>38</sup>.

## 3. Para pihak dalam jual beli online dalam internet

Perjanjian e-commerce dikenal dua pelaku yaitu pedagang/pelaku usaha melakukan penjualan dan pembeli/pelanggan/konsumen yang bertindak sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan konsumen, dalam transaksi jual beli melalui Media internet juga melibatkan provider sebagai penyedia layanan internet dan bank sebagai alat pembayaran.

Proses terjadinya jual beli dalam Pasal 1458 KUHPdata, antara lain:

<sup>37</sup> Azhar Muttaqin, Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam, ( Malang Ip. Universitas muhamadiyah, 2009)

<sup>38</sup> Pasal 1 angka 17 Tahun 2008 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

a. Apabila kedua belah pihak telah sepakat mengenai harga dan barang, walaupun barang tersebut belum diserahkan dan harganya belum dibayar, perjanjian jual beli ini dianggap sudah jadi;

b. Jual beli yang memakai masa percobaan dianggap terjadi untuk sementara. Sejak disetujuinya perjanjian jual beli secara demikian, penjual terus terikat, sedang pembeli baru terikat kalau jangka waktu percobaan itu telah lewat dan telah dinyatakan setuju;

c. Sejak diterima uang muka dalam pembelian dengan pembayaran uang muka. Kedua belah pihak tak dapat membatalkan perjanjian jual beli itu, meskipun pembeli membiarkan uang muka tersebut pada penjual, atau penjual membayar kembali uang muka itu kepada pembeli<sup>39</sup>

Munculnya Undang-Undang Nomor 11 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan dua hal penting yaitu, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik di kerangka hukum aliansi dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum Transaksi elektronik dapat diamankan dan itu yang kedua adalah klasifikasi tindakannya yang termasuk kualifikasi untuk pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan teknologi informasi yang disertai dengan sanksi pidananya. Dengan pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik kemudian setidaknya kegiatan e-commerce memiliki dasar hukum<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> CST. Kansil dan Christine S.T Kansil, Modul Hukum Perdata (Termasuk Asas-asas Hukum Perdata), PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2000, hlm.238.

<sup>40</sup> Yahya Ahmad Zein, komplikasi Hukum telematika PT Raja Grafindo Persada Jakarta 2004 hlm. 4



#### 4. Subjek dan Objek Jual Beli Online

Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung di satu tempat namun melalui dunia maya Adapun materi jual beli online tidak berbeda dengan jual belimembeli secara konvensional, yaitu pelaku usaha sebagai penjual yang menjual barang dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang tersebut<sup>41</sup>.

Penjualan dan pembelian online terkadang hanya didasarkan pada kepercayaan, artinya jual beli online terkadang tidak begitu jelas rawan penipuan Adapun objek jual beli online yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen, tetapi barang atau jasa tersebut tidak terlihat secara langsung oleh pembeli sebagai subjek jual beli online. Sangat berbeda dengan penjualan membeli secara konvensional di mana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli dapatkan kepastian terkait kualitas barang yang anda inginkan membelinya, jadi ada sedikit penipuan.

#### 5. Proses Transaksi Jual Beli Online

Proses bisnis pertama dalam sistem e-commerce ini diberi nama berbagi informasi. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah menemukan dan menjaring pembeli potensial sebanyak mungkin, sedangkan prinsip pembeli sedang berusaha semaksimal mungkin untuk menemukan produk atau layanan

---

<sup>41</sup> Haris Faulidi Asnawi ,opcit hal 28

diinginkan dan mencoba untuk mengetahui penilaian orang lain terhadap produk atau layanan<sup>42</sup>.

Setelah aktivitas pertukaran informasi selesai, proses bisnis selanjutnya adalah memesan produk atau jasa secara elektronik. Kedua pihak dalam transaksi harus melakukan aktivitas perjanjian tertentu agar proses pembelian dapat dilakukan secara sah, benar, dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI (Electronic Data Interchange) atau ekstranet. Dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu<sup>43</sup>:

- a) *Flow of goods* (aliran produk);
- b) *Flow of information* (aliran informasi);
- c) *Flow of money* (aliran uang);
- d) *Flow of documents* (aliran dokumen).

Ada dua hal utama yang biasanya dilakukan pelanggan di dunia virtual (arena transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet). Yang pertama adalah melihat produk atau jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui situs webnya (iklan online). Yang kedua adalah mencari data atau informasi spesifik yang diperlukan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan

---

<sup>42</sup> Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI UII, 2004), 28.

<sup>43</sup> Mariam Darus Badruzaman "E-commerce tinjauan dari hukum kontrak indonesia" *Jurnal Hukum Bisnis XII Tahun 2001* hlm 33

membuat pesanan elektronik (online order), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet<sup>44</sup>.

Kemungkinan lain ketika ada kekurangan barang yang sesuai dikirim oleh pihak belum berbicara hukum pada saat perjanjian itu pihak yang telah berbicara hukum tidak dapat menuntut atau menyalahkan pihak belum berbicara hukum, inilah yang menjadi permasalahan dalam praktik transaksi online<sup>45</sup>.

Dalam konteks perdagangan media elektronik atau e-commerce, aspek hukum perlindungan konsumen yang tertuang dalam UUPK, adalah tentang aspek tindakan yang dilarang bagi pengusaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal,17 UUPK. Aspek ini dapat diterapkan bila dapat dibuktikan bahwa barang dan/atau jasa tersebut diperdagangkan dengan melanggar ketentuan ini. Lebih lanjut terkait dengan ini juga tentang larangan iklan menyesatkan konsumen juga menipu, seolah-olah barang dan/atau layanan yang ditawarkan memiliki kondisi yang baik namun sebenarnya tidak. Lalu mengenai aspek tanggung jawab itu berlaku untuk pengusaha, ketika konsumen menerima barang yang dijanjikan tidak sesuai dijanjikan. Aspek tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 s/d Pasal 28. Pada aspek

---

<sup>44</sup> Marketing. "Lima Tempat Jualan Online". Blog Marketing. <http://Marketing.blogspot.com/2013/04/22/lima-tempat-jualan-online.html> (16 september 2021)

<sup>45</sup> Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grasindo, Jakarta, 2000



ini berlaku pada saat pengusaha melakukan sesuatu yang merugikan konsumen<sup>46</sup>

Pada dasarnya, pihak demikian, memiliki hak dan kewajiban masing-masing. Penjual/pemain bisnis/pedagang adalah pesta yang menawarkan produk melalui Internet. Oleh karena itu, penjual harus memberikan informasi dengan sebenar-benarnya dan sejujur-jujurnya kepada pembeli atau konsumen atas produk tersebut yang dia tawarkan. Penjual juga harus menawarkan produk diizinkan oleh hukum; artinya barang yang ditawarkan bukan itu barangnya melawan aturan perundang-undangan, tidak dilanggar, atau mengandung cacat menyembunyikan barang itu ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperdagangkan. Transaksi penjualan beli maksudnya jangan dibangkitkan kerugian bagi siapa saja yang menjadi pembeli. Seorang penjual atau pemain bisnis memiliki hak untuk dapatkan bayaran dari pembeli/konsumen terhadap harga barang yang dia jual. Penjual juga berhak untuk mendapatkan perlindungan teratas tindakan pembeli/konsumen pemaarah dalam melaksanakan transaksi jual beli online ini. Seorang pembeli/konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga barang yang dibelinya dari penjual sesuai jenisnya barang dan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenarnya dalam bentuk penerimaan. Pembeli/konsumen berhak dapatkan informasi lengkap untuk barang yang akan dia beli penjual ke pembeli tidak

---

<sup>46</sup> e-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum (Volume 4 Nomor 2 Agustus 2021)

dirugikan oleh produk telah membelinya. pembeli juga berhak atas perlindungan hukum atas perbuatan penjual/pelaku upaya itikad buruk. Bank bertindak sebagai distributor dana untuk pembayaran produk dari pembeli kepada penjual produk. Mungkin, pembeli/konsumen yang ingin membeli produk dari Penjual online ada di lokasi remote harus menggunakan fasilitas bank dengan proses transfer dari rekening pembeli ke rekening penjual (akun ke akun).<sup>47</sup>

Pengertian Jual Beli Menurut KUH Perdata Bab 5 Jual Beli Pasal 1457 Pengertian Jual Beli adalah Jual beli adalah suatu perjanjian dimana salah satu pihak mengikatkan dirinya untuk mengirimkan item, dan pihak lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Dalam jual beli dilakukan pada Jual Beli di dunia maya yang tentunya akan menimbulkan masalah antara penjual dan pembeli, karena sifatnya yang virtual dan tidak ada pertemuan langsung antara penjual dan pembeli akan tetapi dapat bertemu langsung itu disebut sistem Cash On Delivery (COD) selama penjual dan pembeli berada di daerah yang sama<sup>48</sup>.

Konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* sangat rentan mengalami kerugian karena konsumen sudah membayar sesuai harga tersebut telah ditentukan oleh pedagang, tetapi tidak dikirim/tidak diterima oleh konsumen sebagai pembeli. Hal yang sama berlaku untuk pengaturan mengenai pelaku bisnis yang menggunakan media elektronik dalam Sistem

---

<sup>47</sup> Indrajid, E-Commerce, Jakarta, PT Elex Median Komputindo, 2001, hlm. 80

<sup>48</sup> Ridwan Khairandy, Pokok-Pokok Hukum Dagang, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Press, Yogyakarta, 2014, hlm. 13.

online diperlukan untuk menyediakan informasi tersebut lengkap, ini jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dinyatakan itu” “ Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Namun pada kenyataannya para pelaku usaha jangan lakukan dan jalankan sebagaimana mestinya diamanatkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 Jadi jelas bahwa hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar tentang produk kosmetik pemutih wajah yang ia gunakan. Padahal undang-undang memberikan larangan terhadap produk kosmetik yang tidak mencantumkan informasi yang jelas kepada konsumennya. Ini jelas melanggar hak-hak konsumen yang diatur oleh UU yaitu pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa” “konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”.<sup>49</sup>

Dalam praktek transaksi yang terjadi di forum juga sudah disepakati secara bersama-sama antara penjual dan pembeli atau kesepakatan bersama oleh konsumen forum tentang transaksi yang akan dilakukan. Produk yang dikenalkan melalui gambar atau foto yang diposting seringkali berbeda dengan

---

<sup>49</sup> UIR Law Review Volume 02, Nomor 01, April 2018



produk aslinya sehingga ketika produk tersebut diterima tidak sesuai dengan apa yang dipesan. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi<sup>50</sup>.

Dalam transaksi jual beli secara elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain<sup>51</sup>:

- a. Penjual atau marchant atau pengusaha yang menawarkan produk melalui internet sebagai wirausaha
- b. Pembeli atau konsumen adalah setiap orang yang tidak dilarang oleh hukum, melakukan transaksi jual beli produk yang di ditawarkan oleh penjual/pengusaha/pedagang.
- c. Bank sebagai pelaku penyaluran dana dari pembeli atau konsumenn kepada penjual/pengusaha/pedagang
- d. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.15 dalam rekening Bersama pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah di percaya oleh pihak pelaku usaha atau konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur dua acara penyelesaian, yaitu di luar pengadilan dan melalui pengadilan.

Konsumen langsung mengadu dan menggugat pelaku usaha, bentuk penyelesaian dan jumlah ganti rugi yang diajukan dalam perjanjian para pihak

---

<sup>50</sup> J. Satrio ,Hukum Perikatan yang lahir dari Perjanjian,Pt Citra AdityaBakti ,Bandung,2005 Hlm 68

<sup>51</sup> Shinta Dewi,cyber law I: Perlindungan privasi atas informasi pribadi dalam e-commerce menurut hukum internasional, widya padjajaran bandung,2004 hlm 54

asalkan penyelesaian sengketa tercapai, kedua belah pihak harus mempunyai kemauan dan etika. Pengaduan dan gugatan pengaduan atau gugatan diajukan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk menangani sengketa konsumen diluar pengadilan<sup>52</sup>

#### 1. . BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen)

Dalam konteks penyelesaian sengketa e-commerce, peran BPSK sangat penting untuk segera memberikan perlindungan bagi pelakunya berdagang. Hal ini tentunya dilakukan sesuai dengan tugas BPSK melalui penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara: konsiliasi, mediasi, atau arbitrase. Oleh karena itu, untuk dapat melakukan tugasnya efektif pada penyelesaian sengketa e-niaga, BPSK juga harus mampu beradaptasi dengan karakteristik pelaksanaannya sistem dan transaksi elektronik yang ada. Perbaikan sistem dan transaksi elektronik saat ini diatur dalam UU ITE dan PP PSTE. Artinya, BPSK harus menyesuaikan diri ketentuan tersebut. Badan penyelesaian sengketa konsumen, penanganan hal-hal melalui:

- 1) Mediasi adalah proses yang digunakan untuk menyelesaikan perselisihan konsumen di pengadilan melalui BPSK. Dalam hal ini bpsk sebagai nasihat sementara masalahnya diserahkan kepada pihak dalam perselisihan.
- 2) Konsolidasi adalah metode yang digunakan untuk pemecahan masalah dalam di luar pengadilan, dewan bertugas mendamaikan para pihak dalam perselisihan

---

<sup>52</sup> Ahamadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 1.

3) Arbitrase yaitu majelis berlaku aktif dalam menyelesaikan perkara<sup>53</sup>.

Transaksi jual beli online juga salah satu aplikasi dari aplikasi kontrak elektronik. Keabsahan kontrak elektronik itu sendiri harus sesuai dengan ketentuan Pasal 47 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Pelaksanaan Sistem Transaksi Elektronik menyatakan bahwa:

“Kontrak Elektronik dianggap sah apabila dianggap sah apabila:

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

Seorang pembeli/konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga barang yang dibelinya dari penjual sesuai jenisnya barang dan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenarnya dalam bentuk penerimaan. Pembeli/konsumen berhak dapatkan informasi lengkap untuk barang yang akan dia beli penjual ke pembeli tidak dirugikan oleh produk telah membelinya. pembeli juga berhak atas perlindungan hukum atas perbuatan penjual/pelaku upaya itikad buruk.

Pada prinsipnya instrumen perlindungan hukum konsumen di transaksi perdagangan diwujudkan dalam dua bentuk regulasi, yaitu perlindungan hukum

---

<sup>53</sup> Celina tri siwi kristianti, hukum perlindungan konsumen, h, 127



melalui suatu bentuk peraturan perundang-undangan yang bersifat umum untuk semua orang yang melakukannya transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan kesepakatan khusus dibuat oleh para pihak berupa substansi/isi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha, seperti: syarat ganti rugi, titikpengajuan klaim, penyelesaian perselisihan, dan sebagainya.

Bentuk perlindungan hukum melalui ketentuan peraturan perundang-undangan merupakan instrumen yang paling efektif digunakan mengingat perundang-undangan dapat dibuat kebijakan kedua belah pihak dalam membuat kesepakatan serta pemerintah melalui perangkatnya bisa memberlakukan undang-undang semacam itu. Dalam memberikan jaminan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce, Arief & Elisatri G membagi dalam empat bagian sebagai berikut:

1. Dari Sisi Pelaku usaha

Kedudukan pelaku usaha relatif lebih kuat dalam kaitannya dengan transaksi perdagangan ketika dibandingkan dengan konsumen. Hal hal ini terlihat dari para pelaku usaha berada di sisi penyedia produk saat konsumen aktif pihak yang membutuhkan produk. Apapun ditentukan oleh pelaku usaha di seluruh konsumen

membutuhkan produk itu, maka konsumen akan setuju sehingga lahirlah suatu bentuk kontrak standar (kontrak standar) yang menekankan prinsip take it or leave

dia. Berdasarkan hal tersebut, perlindungan Konsumen dapat diberikan dalam bentuk

a. Pemberitahuan identitas pelaku bisnis jelas meliputi alamat bisnis (termasuk email), telepon, jenis usaha yang dikelola. Jika Anda memiliki pabrik, perkebunan atau tempat pemrosesan lainnya, terdaftar alamat pabrik atau perkebunan

b. ketika pengusaha itu kantor cabang/perusahaan wajib alamat kantor yang diberitahukan/ perusahaan induknya;

c. memiliki izin yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang untuk mengatur bisnisnya

## 2. Dari Sisi Konsumen

Sebelum memulai transaksi, konsumen - sebagai pihak membutuhkan produk - sering diperlukan untuk menyediakan informasi tentang identitas sepenuhnya. Ini masuk akal karena pelaku usaha memiliki kepentingan untuk informasi tersebut karena melalui Ini adalah informasi yang dapat diberikan oleh pabrikan menilai kredibilitas konsumen. Akan tapi, apakah ada jaminan bahwa identitas konsumen tidak digunakan (dikomersialkan) oleh pelaku usaha untuk pengiriman brosur pemasaran perusahaan. Untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan informasi (dalam bentuk data pribadi), perlu jaminan pelaku usaha itu data konsumen tidak akan digunakan menyimpang dari ketentuannya tanpa persetujuan konsumen.

## 3. Dari Sisi Produk

Dalam menawarkan produknya, pelaku usaha diwajibkan untuk:

- 1) memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk ditawarkan sampai konsumen tidak tertipu terutama informasi yang dasar;
- 2) informasi tentang produk harus diberikan melalui bahasa itu mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran secara berlainan;
- 3) memberikan jaminan bahwa Produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau digunakan
- 4) memberikan jaminan bahwa Produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau digunakan
- 5) memberikan jaminan bahwa produk diterima sesuai dengan apa yang ditawarkan di saat dipromosikan
- 6) informasi mengenai dapat/ tidaknya konsumen mengembalikan barang yang sudah dibeli;
- 7) jaminan penggantian barang atau penggantian uang jika produk diterima tidak sesuai.
- 8) periode klaim yang wajar<sup>54</sup>.

---

<sup>54</sup> Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Belanja Online Berdasarkan 27 UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Juncto UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik



### C. Tinjauan Umum Butik Kayla Natuque

Butik Kayla didirikan oleh Nelly widi wahyuni yang sering disapa oleh kak nelly pada tahun 2017 . Pada Awalnya dia hanya mencoba menjual pakaian Muslim, berawal dari hobi kemudian berkembang menjadi bisnis penghasil uang. Kak nelly mendapatkan ide untuk membuka butik tersebut, pada saat membaca sebuah artikel yang didalamnya memuat kalimat motivasi “kerja yang paling menyenangkan adalah hobi yang dibayar<sup>55</sup>”

Awalnya produk busana muslim di sekitar kediaman masih sepi dan dari sini dia mulai untuk membuka usaha ini. Orang-orang di sekitar yang berjilbab di sekitar area perumahan dianggap satu mata, maka dari itu kak nelly ingin merubah cara berpikir orang hijab dan baju muslim, cara pemakaian Busana muslim tetap terlihat elegan dan fashionable bagi masyarakat udara. Awalnya kak nelly memasarkan produknya pintu ke pintu dengan salah satu temannya yang menjadi Asosiasi bisnis. Untuk 6 bulan pertama kak nelly dipasarkan produk door to door tapi produk yang dijual masih sedikit dan belum memiliki karyawan. juga pasar produknya melalui teman-temannya yang kemudian menjadi teman- Teman kak nelly membantu memasarkan baju muslim, agar dari teman dekatnya kak nelly bisa mendapatkan pelanggan. Sudah cukup untuk mendapatkan pelanggan banyak kak nelly kemudian mendirikan toko pada akhir tahun 2017 toko resmi dibuka, dulu produknya hanya terdiri dari 2 gantungan saja penjualan barang dapat dibayar secara

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021

kredit. Sekitar 2 tahun bisnis ini berkembang dengan keragaman produk yang dijual dan konsumen yang terus bertambah meningkat sampai kakak nelly berani memperluas butik dikelola<sup>56</sup>.

Kayla butik terletak di jalan Sultan Syarif kasim di kecamatan Batin Solapan (kayla Natuque) lebih khusus menjual produk fashion muslim. Produk pakaian muslim terjual lebih banyak berfokus pada wanita Muslim, terutama ibu. Sebagai media promosi, Ibu Iin memilih untuk memasarkan produknya ke teman-teman dekatnya nanti dari mulut ke mulut membantu memasarkan produk pakaian muslim. Untuk mendukung pemasaran itu selesai, Untuk menunjang pemasaran yang dilakukan, butik kayla melakukan promosi menggunakan sosial media, semenjak melakukan promosi menggunakan media menjadi dikenal oleh banyak orang dan semakin ramai<sup>57</sup>.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern banyak toko busana muslim yang menjadi pesaing Butik kayla yang menuntut butik kayla untuk selalu memberikan terobosan baru dan mengikuti tren yang ada di masyarakat agar dapat bersaing dengan butik fashion muslim lainnya. Dengan alasan memperkuat media sales mulai memasarkan produknya online via facebook, instagram, dan butik kayla juga memiliki beberapa reseller, selain baju muslimah butik kayla juga menjual tas, sepatu, dan jam tangan, ikat pingang juga dan aksesoris jilbab. Lokasi

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021

<sup>57</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021

Tempatkan Kayla's Boutique di sekitar tempat itu warga hidup. Tempat Kayla's Boutique relatif bersih, sejuk dan nyaman. Dari awal hanya penasaran, saat meliha tempat yang nyaman, aman dan bersih jadi bisa pilih barang dengan bebas, orang yang datang karena Penasaran akhirnya beli<sup>58</sup>.

Butik Kayla adalah salah satunya Penjual busana muslim yang memiliki banyak konsumen di daerah duri. Produk yang dijual Kayla Boutique memiliki kualitas yang baik dan tidak laku dipasaran, banyak menarik pembeli dan kemudian pembeli jadi langganan butik jadi dari segi konsumen Butik Alam Bening memiliki pelanggan reguler. Pada tahun-tahun awal, butik ingin mengubah pola pikir masyarakat sekitar meski tampil dengan busana muslim tetap terlihat fashionable dan trendy seperti memakai baju biasa<sup>59</sup>

#### Struktur Pemilikan Butik Kayla

Dalam suatu organisasi perlu adanya pembagian tugas setiap karyawan dengan tujuan untuk dapat bekerja efektif dan efisien sesuai dengan keahlian dan kemampuan masing-masing. Pembagian tugas di Butik Alam Bening adalah sebagai berikut:

- 1) Pemilik Tokoh
  - a. Mengaudit Laporan Keuangan  
Pantau aliran keuangan yang diperoleh setiap hari
  - b . Menyediakan dan menarik modal ventura

<sup>58</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021

<sup>59</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021



Memberikan modal usaha kepada karyawan agar karyawan dapat membeli produk yang diperlukan di toko.

c. Penanggung Jawab Usaha

Risiko untung dan rugi perusahaan ditanggung sepenuhnya oleh pemilik perusahaan.

d. Pantau kemajuan bisnis

Memantau apakah upaya yang dilakukan dapat dilaksanakan sesuai rencana dan mengalami peningkatan penjualan atau tidak.

e. Buat kebijakan toko

Memberikan aturan apa saja yang diterapkan di bekerja.

f. Menjalankan aktivitas terkait toko

Mengawasi eksekusi harian Mengawasi karyawan apakah mereka bekerja dengan baik atau tidak dan apakah ada kebingungan dalam penjualan produk atau tidak.

g. Kelola administrasi toko

Kelola cara membiayai toko yang ada dapat berkembang lebih maju.

2) Karyawan

a. Menyimpan keuangan hasil penjualan

b. Menyimpan keuangan pembelian barang

## BAB III

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Penerapan Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Dalam Kesepakatan Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Butik Kayla Natique)

Penerapan Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Dalam Kesepakatan Jual Beli Online di lihat dari sisi *Owner* ( Pemilik butik ) dan konsumen

##### a. Penerapan dari sisi owner

Penjualan merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah perusahaan. Manajemen perusahaan yang buruk akan merugikan perusahaan karena dapat berdampak pada perolehan laba, dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan. Setiap perusahaan memiliki sistem yang berbeda di tempat melakukan upaya. Secara umum perusahaan harus memiliki sistem yang baik dalam semua aspek yang dijalankannya. Sistem yang baik ini salah satu kunci dalam operasi.<sup>60</sup> Konsumsi masyarakat yang tinggi mendorong perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan pada biaya produksi dan penjualan. Kualitas produksi dan Strategi penjualan yang baik dapat mendorong peningkatan penjualan berguna untuk menguasai pangsa pasar dan meraup keuntungan optimal. Profitabilitas yang optimal merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam melaksanakan kegiatan.

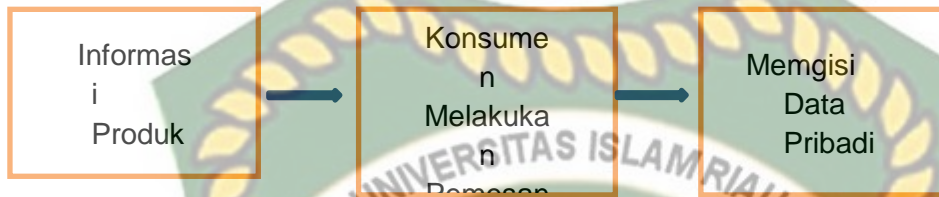
---

<sup>60</sup> Hardiyanti, Nia, 2012, Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, Profitabilitas, Firm Size Dan Dividen Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2010).

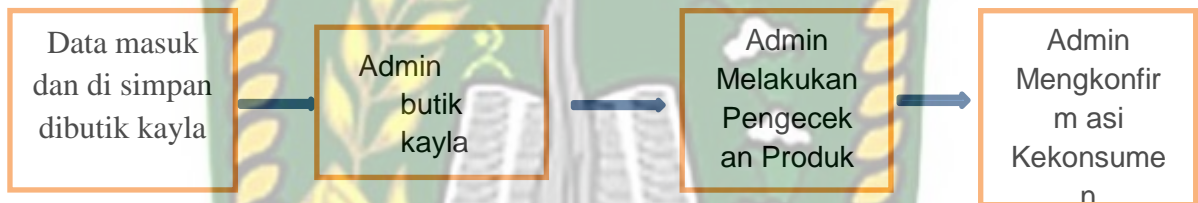
## STRUKTUR CARA PEMESANAN DI BUTIK KAYLA <sup>61</sup>

### STRUKTUR CARA PEMESANAN DI BUTIK KAYLA

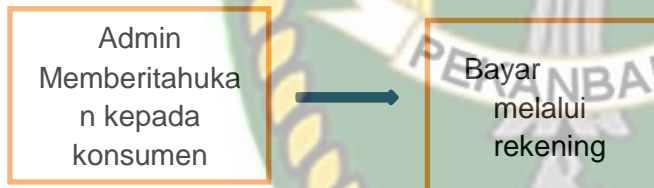
#### Sistem 1 Penawaran –Pemesanan



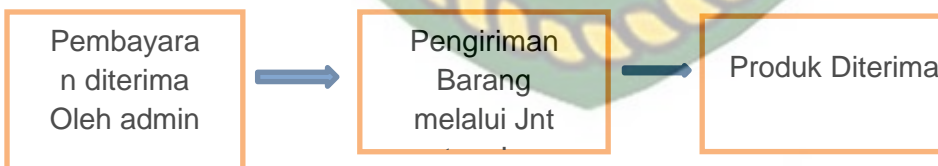
#### Sistem 2 Penerimaan



#### Sistem 3 Pembayaran



#### Sistem 4 : Pengiriman



Berdasarkan hasil wawancara dengan owner butik menggunakan internet untuk memperdagangkan produk dan layanan lain dapat diakses melalui internet dalam hal ini penjual memuat informasi tentang buku tersebut serta harga barang

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan owner butik 15 November 2021 Nomor Wawancara 7



tersebut. Dengan penawaran ini tentunya memudahkan konsumen untuk berbelanja barang tersebut diinginkan tanpa harus datang langsung ke tempat penjual.

## 2. Penerimaan

Setelah proses penawaran, maka konsumen bisa masuk ke tahap pembelian barang dengan cara klik beli di katalog yang disediakan, lanjut mengirim data pribadi serta alamat email. Setelah data Orang itu pergi ke penjual, alamat email di sini adalah

menggunakan penjual untuk mengirim faktur kembali ke konsumen. Faktur ini berisi tentang nomor faktur, jumlah barang yang dibeli serta harga barang yang dibeli konsumen. Dengan kata lain, tanda terima faktur ini digunakan untuk menyatakan kesepakatan tentang pemesanan barang konsumen lakukan. Nomor faktur ada di sini, nanti digunakan dalam hal konfirmasi pembayaran. Tidak hanya pakai email saja, tapi media *short message service* (sms) juga digunakan oleh penjual untuk mengirim kembali invoice kepada konsumen.

## 3. Pembayaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner, pembayaran di butik melalui transfer ke rekening mandiri

## 4. Pengiriman

Pengiriman produk di butik kayla bisa melalui jntr, jne ntuk pengiriman sendiri biasanya dilakukan jika konsumen masih berada dalam satu wilayah yang masih

dapat dijangkau oleh penjual, dengan kata lain, pembayaran dilakukan setelah barang diantar langsung (cash on delivery).

Toko Butik Kayla melakukan pemasarannya Lebih ditekankan bagaimana menemukan kebaruan dalam pekerjaan dan pembicaraan Sebisa mungkin dengan customer, Kayla's Boutique Store memperhatikan kualitas produk yang dijual. Di Sini ketika produk yang dijual semakin berkualitas konsumen dengan sendirinya akan menjadi langganan. butik Kayla sekaligus memperkenalkannya dengan fashion Muslim bisa tampil modis. Sekaligus mengajak masyarakat untuk dapat berpakaian syariah sesuai dengan pedoman Islam. Dan tas, sepatu dan jam tangan, ikat pinggang dan aksesoris hijab. Dalam pemasarannya, strategi Marketing yang dilakukan oleh Butik kayla adalah:<sup>62</sup>

a. Produk, yang memiliki keunikan dan ciri khas

Adalah produk diperjualbelikan meskipun busana muslim tetap menampilkan unsur modis. Jadi masyarakat akan penasaran dengan produk fashion muslimah. Dengan penampilan yang syar'i tapi elegan bisa jadi power daya tarik tersendiri bagi masyarakat sekitar. Model fesyen muslimah yang semakin trendi diperjualbelikan meskipun busana muslim tetap menampilkan unsur modis. Jadi masyarakat akan penasaran dengan produk fashion muslimah. Dengan penampilan yang syar'i tapi elegan bisa jadi power daya tarik tersendiri bagi masyarakat sekitar. Model fesyen muslimah yang semakin trendi membuat busana muslim semakin populer. pakaian muslim jenis yang diperdagangkan

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021 Nomor Wawancara 7

semakin beragam. Jilbab dengan model tertentu, gaun dengan lebih banyak model banyak membuat pakaian muslim akan memiliki nilai modis namun syar'i sesuai ajaran Islam. Dan berbagai model tas, sepatu dan ikat pinggang, jam dan lain-lain

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dll.





Tabel 3.2

Jenis Produk Butik Kayla

NO	Produk	Ukuran
1	Tas	-
2	Sepatu	35-43
3	Baju	M, ALL SIZE
4	Jam Tangan	-
5	Ikat pinggang	-

Sumber: 2021

Penjelasan Tabel 3.2

1. Produk Tas yang di jual di butik kayla tidak ada ukurannya
2. Sepatu Yang dijual di butik kayla ukurannya 35 sampai 43
3. Baju Yang dijual di butik Kayla ukuran M. Dan ALL SIZE  
ALL SIZE maksudnya adalah dapat didefinisikan sebagai ukuran standar produk garmen yang dibuat di wilayah tertentu di Asia (Cina, Korea, dan Jepang), ukuran jenis ini kemudian diadaptasi di Indonesia. Misalnya ada ukuran M dan L, jadi di antara kedua ukuran itu ada ukuran yang biasa disebut all size.
4. Jam Tangan Yang dijual di butik kayla tidak ada ukurannya

5. Ikat Pinggang Yang dijual di butik kayla tidak ada ukurannya<sup>63</sup>

Tabel 3.3

Jenis Produk Butik Kayla

TAHUN	JENIS PRODUK	PRODUK YANG TERJUAL
2018	JAM TANGAN	1000
2019	TAS	35000
2020	BAJU MUSLIM	49000

Sumber : 2021

Penjelasan Tabel 3.3 :

Tabel Diatas Merupakan Tabel tentang beberapa produk yang terjual di butik kayla yaitu :

1. Tahun 2018 Jam Tangan yang terjual di butik kayla sejumlah 1000
2. Tahun 2019 Tas Yang terjual di butik kayla sejumlah 35000
3. Tahun 2020 Baju Muslim yang terjual di butik kayla sejumlah 49000

Berdasarkan data penjualan pada tabel 3.3 di atas, dapat diketahui bahwa hal tersebut terjadi fluktuasi penjualan tahunan. Penjualan terendah ditahun 2018 terjadi karena bertepatan dengan dibangunnya beberapa tempat usaha sejenis.

<sup>63</sup> Wawancara Dengan Owner Tanggal 15 November 2021 Nomor 8 Daftar Wawancara

### Penjelasan Tabel 3.3 :

Berdasarkan data penjualan pada tabel 3.3 di atas, dapat diketahui bahwa hal tersebut terjadi fluktuasi penjualan tahunan. Penjualan terendah ditahun 2018 terjadi karena bertepatan dengan dibangunnya beberapa tempat usaha sejenis.

Naik dan turun Hal ini terjadi karena banyak faktor yang mempengaruhi konsumen mengambil keputusan akhir yaitu membeli suatu produk, antara lain kualitas layanan, harga, lokasi, dan lainnya

#### Pemasaran Kayla Butik

Di Sini ketika produk yang dijual semakin berkualitas konsumendengan sendirinya akan sekaligus memperkenalkannya dengan fashion Muslim bisa tampil modis. Sekaligus mengajak masyarakat untuk dapat berpakaian syariah sesuai dengan pedoman Islam. Di dalam pemasarannya, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Butik<sup>64</sup>:

A. Produk, yang memiliki keunikan dan ciri khas, adalah produk diperjual belikan meskipun pakaian muslimah tetap ada menunjukkan elemen modis. Jadi masyarakat akan penasaran dengan produk fashion muslimah. Dengan penampilan yang syar'i tapi elegan bisa jadi power daya tarik tersendiri bagi masyarakat sekitar. Model fesyen muslimah yang semakin trendi membuat busana muslim semakin populer. pakaian muslim jenis yang diperdagangkan semakin beragam. Jilbab dengan model tertentu, gaun dengan lebih banyak

<sup>64</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021 Daftar Wawancara Nomor 10



model banyak membuat pakaian muslim akan memiliki nilai modis namun syar'i sesuai ajaran Islam. Hal ini didukung oleh pernyataan dari pemilik Butik yang menyatakan sebagai berikut: "Produk yang dijual di sini memiliki ciri khas, keunikan dan diferensiasi barang yang dijual di toko orang lain dan kemarahan mereka bukanlah pasar"

B. Promosi yang dilakukan oleh Butik adalah melalui media massa, media sosial. Dengan adanya media sosial diharapkan masyarakat semakin mudah untuk mengakses hal-hal apa pun itu ada butik berkualitas dengan harga rendah hingga tertinggi. Meskipun terspesialisasi untuk dijual ke kelas menengah ke atas, tapi butik juga bisa menyediakan pakaian Muslim untuk kelas menengah ke bawah. Promosi dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Personal Selling*, atau dengan kata lain *door to door*, dengan memperkenalkan barang yang dijual di Butik dengan keistimewaan, keunikan, dan produk apapun yang dijual dengan harga tertentu standar.
2. Periklanan, Penggunaan butik papan reklame yang ditempatkan di dekat Butik
3. Layanan, Toko Butik menyediakan pelayanan yang sopan, sopan dan ramah kepada konsumen. Jadi ketika layanan selesai nah maka pembeli akan senang dan kemudian dapat membeli produk yang sudah ada.
4. Kualitas, kualitas produk di Butik memiliki kualitas barang yang baik dan tidak pasar. Ini sangat diburu oleh masyarakat kelas menengah atas.
5. Harga, pengaturan harga standar

C. Harga

Dari pemaparan tentang harga Di Butik, menyatakan bahwa harga yang standar maka kualitasnya juga akan standar. Pada Butik dengan kualitas yang baik namun harganya standar<sup>65</sup>

Proses jual beli online yang dilakukan oleh kayla boutique kepada konsumen elite dengan konsumen biasa telah kesamaan. Persamaan ketiganya adalah dalam proses transaksi jual beli terdiri dari penawaran, penerimaan, pembayaran, serta pengiriman. Meskipun dalam mekanisme transaksi penjualan Pembeliannya sama, tetapi dalam kualitas yang sangat berbeda.

Mekanisme transaksi jual beli melalui internet sebagaimana dimaksud Hal di atas tentu memberikan banyak kemudahan bagi konsumen. Tambahan konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat penjual, dari sisi bisnis sendiri, penawaran semacam itu dapat memperluas pasar.

Dengan kebebasan akses untuk semua orang, bukan hanya lingkup domestik saja, tetapi lingkup nasional juga dapat dijangkau oleh pelakunya upaya. Dengan hadirnya e-commerce ini. Semua orang bisa melakukannya

Penjualan Produk Busana Muslim. Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui penelitian, dan teori-teori yang ada yang dikumpulkan dari berbagai sumber literatur, dapat dianalisis bahwa Strategi pemasaran yang diterapkan Kayla Boutique adalah strategi yang dikembangkan dari bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu Produk (*Product*), Harga, Tempat, dan Promosi

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan owner butik kayla ,15 september 2021

b. Penerapan Dari Sisi Konsumen ( konsumen biasa )

Konsumen di butik kayla lebih sering menggunakan sistem online dibandingkan secara langsung datang ke toko butik tersebut. Berbelanja merupakan salah satu kegiatan yang banyak dinikmati oleh banyak orang,

terutama kaum wanita. Biasanya untuk berbelanja, orang pergi ke pasar, mall, atau toko yang menyediakan barang-barang yang mereka butuhkan. Dengan datang langsung ke toko, kita bisa melihat sendiri kondisi barang yang kita inginkan sehingga kita bisa lebih puas dengan barang yang dibeli. Namun, lebih memakan waktu dan tenaga jika kita berbelanja dengan mendatangi toko secara langsung. Di era modern ini, belanja bisa dilakukan secara online atau melalui website di internet. Dengan belanja online, kita lebih menghemat waktu dan tenaga karena kita hanya perlu mencari barang yang kita inginkan di internet, memesannya, mengirim pembayaran melalui bank, dan barang akan diantar langsung ke rumah kita. Namun ada beberapa resiko jika kita berbelanja online seperti barang tidak sesuai dengan yang kita lihat di gambar, ukuran tidak sesuai (apakah berupa baju atau sepatu), barang cacat, atau yang paling parah adalah barang tidak terkirim sama sekali atau dengan kata lain kami telah ditipu oleh penjual. Oleh karena itu, kita harus berhati-hati pembeli saat berbelanja online. Belanja online akan lebih hemat dan menyenangkan jika dilakukan dengan aman dan benar. Yang dilakukan konsumen dalam bertransaksi di butik kayla yaitu<sup>66</sup>:

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Konsumen



- a) Konsumen melihat produk butik kayla lewat online, apabila konsumen tertarik dengan produk tersebut.
- b) Kemudian Konsumen menghubungi admin di butik kayla
- c) Apabila admin sudah merespon konsumen tersebut, dan konsumen sudah “ deal” dengan harganya. Admin menanyakan alamat konsumen supaya dapat mengirimkan produk tersebut
- d) Kemudian konsumen membayar melalui Melakukan transaksi online lewat transfer bank merupakan cara bayar belanja online yang old fashioned atau jadul alias pola lama. Bagi pelaku usaha kecil yang belum melek teknologi, memang sebagian masih menggunakan cara transfer bank ini untuk belanja online. Proses transfer bank bisa dikatakan cukup ribet meskipun sebagian pelaku bisnis masih menggunakan metode ini, karena semuanya masih serba manual dimana pembeli harus mentransfer secara manual, mengecek konfirmasi transfer juga manual, serta mengecek saldo sisa di rekening harus manual. Semuanya masih menggunakan pengisian slip transaksi. Tentu saja ini tidak hemat waktu, karena di sebagian bank sudah menerapkan antrian.
- e) Apabila sudah konsumen sudah membayar, barang tersebut dikirim oleh admin
- f) Dan konsumen menunggu dirumah untuk menerima produk tersebut.

Apabila Ada produk dari butik kayla yang tidak sesuai dengan yang dipesankan oleh konsumen biasanya butik kayla merespon dengan cara “ Itu sudah sesuai dengan harganya makanya kualitas produk nya seperti itu “ Tetapi

ada juga yang seperti “ Harga produknya di kurangi beberapa persen,produk yang di respon seperti itu biasanya Tas, dan sepatu saja.

Tetapi Kalau konsumen yang “elit” Ada protes mengenai produk dari butik kayla,adminnya langsung respon dan mengganti produk yang tidak sesuai tersebut, disinilah ada perbedaan antara “ Konsumen biasa dengan konsumen elit “<sup>67</sup>

## **B. Faktor Penghambat Dalam Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Butik Kayla Nutique)**

### **a. Faktor Penghambat Dalam Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Dari *Owner* (Pemilik Butik)**

Butik kayla merupakan salah satu butik yang ada di duri,butik kayla banyak memiliki produk yang cukup modern dan di minati oleh para ibu ibu. Ketika satu pihak memiliki keyakinan bahwa pihak lain terlibat dalam pertukaran memiliki kehandalan dan integritas, maka dapat dikatakan ada kepercayaan. Kepercayaan adalah fondasi yang kuat untuk menentukan kesuksesan atau bukan e-commerce di masa depan. Untuk menarik konsumen ke mengunjungi dan bertransaksi melalui situsnya, perusahaan e-commerce harus membangun kepercayaan yang tinggi pada calon pembeli. Ketika seseorang yang ingin bertransaksi online, maka hal utama yang harus diperhatikan Reputasi Toko Online apakah bisa dipercaya atau tidak, ini dia

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan konsumen

bisa dilakukan dengan mengecek testimoni pembeli yang sudah berbelanja di situs.

Konsumen tentu mengharapkan uang yang mereka kirimkan tidak hilang begitu saja tetapi mendapatkan return berupa produk yang diinginkan dan sesuai dengan apa yang ditampilkan dan dijelaskan oleh penjual. Faktor penting yang mempengaruhi pembelian online berikutnya merupakan faktor kenyamanan. Kemudahan artinya tanpa kesulitan atau tidak membutuhkan kerja keras saat menggunakan teknologi tersebut. Munculnya internet tentunya menambah kemudahan dalam segala aspek kehidupan, tak terkecuali aktivitas jual beli yang saat ini bisa dilakukan secara online.

Dimanapun dan kapan saja selama semua orang terhubung ke internet yang ingin melakukannya Pembelian online dapat dengan mudah melakukannya. Namun, pada sebenarnya langkah-langkah yang ditawarkan oleh perusahaan e-commerce tidak semudah yang dikatakan dimana konsumen harus melalui rangkaian proses yang lebih lama dibandingkan saat konsumen membeli langsung ke penjual. Selain itu, ada beberapa orang yang merasa belanja online itu tidak praktis dan ada yang tidak tahu caranya berbelanja online.

1. Selain itu di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) Pasal 49 ayat (3) mengatur khusus tentang hal tidak sesuai barang yang sampai di tangan konsumen yakni pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada



konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Sesuai dengan Pasal 49 PP PSTE konsumen berhak mengembalikan barang dengan batas waktu yang telah di sepakati kepada pelaku usaha apabila barang yang di terima konsumen tidak sesuai dengan yang di tawarkan oleh penjual<sup>68</sup> Barang yang diterima mengalami kerusakan atau tidak berfungsi Macam-macam wanprestasi Butik Kayla Nutique dalam transaksi elektronik yang dialami oleh konsumen diantaranya seperti :

Barang tidak dikirim setelah konsumen melakukan transfer dana yang disepakati Terdapat cacat tersembunyi dalam barang yang diterima konsumen Barang tidak dikirim sesuai waktu yang telah diperjanjikan Barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan Kualitas barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan Dilihat dari kasus wanprestasi Butik Kayla Nutique dalam dunia bisnis transaksi elektronik yang merugikan konsumen dapat diuraikan perlindungan hukumnya dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Pada dasarnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum dalam bentuk perundang-undangan tertentu (undang-undang, peraturan pemerintah) yang bersifat umum dan perlindungan hukum

---

<sup>68</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) Pasal 49 ayat (3)

berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi atau isi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.

Dalam UUPK sendiri perlindungan mengenai hak-hak konsumen diatur dalam Pasal 4 yang menyebutkan hak-hak konsumen, disisi lain kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7, terkait dengan tindakan wanprestasi dalam kasus-kasus diatas dalam Pasal 7 huruf g UUPK menyatakan kewajiban pelaku usaha memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Beberapa kasus wanprestasi Butik Kayla Nutique yang terjadi lebih didominasi oleh tidak sesuainya barang yang dipesan dengan barang yang diterima, hal tersebut dengan tegas dilarang oleh UUPK dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f yang menyatakan pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak menepati perjanjian yang telah disepakati berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UUPK dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum (litigasi).

Namun konsumen juga diberi pilihan dalam menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi atau diluar pengadilan, ketentuan ini diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan dapat berupa penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak. 7 Pada penyelesaian sengketa diluar pengadilan (non-litigasi), UUPK memfasilitasi para konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), hal tersebut berlaku untuk gugatan secara perseorangan (konsumen atau ahli warisnya) sedangkan gugatan secara kelompok (class action) hanya dapat dilakukan melalui peradilan umum.

Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Tanggung Jawab Atas Dasar Kesalahan (*liability based on fault*)
2. Prinsip liability based on fault adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana maupun perdata. Prinsip ini menyatakan seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.

3. Praduga selalu bertanggungjawab (*presumption of liability*)

Prinsip ini menyatakan tergugat selalu dianggap bertanggungjawab sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Maka dari itu beban pembuktian terdapat pada si tergugat.

4. Praduga selalu tidak bertanggungjawab (*presumption of nonliability*)



Lingkup transaksi konsumen dalam prinsip ini sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara common sense dapat dibenarkan.

5. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Prinsip ini menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun, terdapat pengecualian-kecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari prinsip ini, misalnya keadaan memaksa (*force majeure*). Keadaan memaksa ini adalah keadaan yang terjadi diluar kuasa dari para pihak yang bersangkutan, seperti terjadi bencana alam. Secara umum prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen digunakan untuk “menjerat” pelaku usaha (produsen), yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen.

6. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Prinsip ini sangat disenangi oleh produsen untuk dicantumkan sebagai klausul pengecualian kewajiban dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen apabila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha.

Dalam UUPK sendiri mengatur mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha pada umumnya dalam Pasal 19 yaitu :

Memberi ganti rugi atas kerusakan  
Memberi ganti rugi atas pencemaran  
Memberi ganti rugi atas kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan  
Jangka waktu penggantian kerugian ini dilakukan dalam

waktu paling lama 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Dalam wanprestasi transaksi elektronik, prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sangat berperan penting dan berlaku karena dalam prinsip ini pelaku usaha harus bertanggungjawab atas kerugian konsumen tanpa harus membuktikan ada tidaknya kesalahan pada dirinya. Pasal 21 ayat (2) huruf a UU ITE telah mengatur bahwa jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi. Ketentuan mengenai ganti kerugian telah diatur dalam Pasal 1243 dan 1246 KUH Perdata, sedangkan dalam Pasal 24 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha yang menjual barang atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain tidak melakukan perubahan terhadap barang dari pelaku usaha tersebut, dan pada Pasal 24 ayat (2) menyatakan pelaku usaha dapat terbebas dari tanggung jawab apabila pelaku usaha lain melakukan perubahan atas barang dari pelaku usaha<sup>69</sup>

Penyelesaian sengketa Butik Kayla Nutique dimungkinkan untuk diselesaikan terutama yang meliputi sengketa bernilai kecil dalam forum yang tepat, yaitu dengan Online Dispute Resolution (ODR), atau APS online yang menjadi cara praktis untuk memberi para pelanggan remedy yang tepat, murah dan efektif serta mengurangi penentuan perkara di negara asing. Ada beberapa

---

<sup>69</sup> <sup>69</sup> Rifan Adi Nugraha dan Jamaluddin Mukhtar, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE," 08.02 (2015), 91–102.

keuntungan bagi pembeli dan pelaku usaha transaksi E-Commerce dalam penyelesaian sengketa melalui ODR antara lain:

- a. Penghematan waktu dan uang. Keuntungan ini karena para pihak tidak perlu membayar biaya yang harus dikeluarkan untuk menghadiri persidangan dan biaya-biaya yang berkaitan dengan hal itu. Kecepatan ODR adalah salah satu keuntungan dasarnya, pihak-pihak dan pihak netral tidak perlu melakukan perjalanan untuk bertemu, mereka tidak perlu ada di waktu yang sama, jangka waktu antara penyerahan dapat singkat, penyelesaian dapat berdasarkan dokumen saja.
- b. Biasanya biaya layanan penyelesaian sengketa perdata adalah gabungan dari biaya institusi penyelesaian sengketa, fee, dan biaya pihak netral, biaya para pihak, ongkos hukum. Dalam ODR beberapa biaya ini tidak ada atau berkurang signifikan.
- c. pihak yang menggunakan akses internet lebih yakin dalam menghadapi proses yang akan dijalannya, sebab mereka dapat dengan mudah mengontrol dan merespon apa yang terjadi dalam proses.
- d. , Jika para pihak enggan melakukan tatap muka, dapat menghindari pertemuan dengan pihak lawannya. Para pihak dapat menghindarkan diri perasaan takut akan diintimidasi dalam proses. Hal ini merupakan persoalan psikologis.

Penyelesaian sengketa adalah penyelesaian suatu masalah yang dilakukan antara satu pihak dengan pihak lainnya. Penyelesaian sengketa terdiri dari dua



cara, yaitu melalui litigasi (pengadilan) dan non litigasi (di luar pengadilan). Dalam proses penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi merupakan upaya terakhir (ultimum remidium) bagi para pihak yang bersengketa setelah proses penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi tidak membuahkan hasil.

Menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, penyelesaian sengketa melalui jalur nonlitigasi (di luar pengadilan) terdiri dari 5 cara, yaitu:

- a) Konsultasi : tindakan yang dilakukan antara satu pihak dengan pihak lain yang merupakan konsultan
- b) Negosiasi: penyelesaian di luar pengadilan dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan bersama atas dasar kerjasama yang lebih harmonis
- c) Mediasi: penyelesaian melalui perundingan untuk mencapai kesepakatan antara para pihak dengan bantuan seorang mediator
- d) Konsiliasi: Penyelesaian sengketa dibantu oleh seorang konsiliator yang menengahi para pihak untuk menemukan solusi dan mencapai kesepakatan antara para pihak.
- e) Expert Assessment : pendapat para ahli terhadap sesuatu yang bersifat teknis dan sesuai dengan bidang keahliannya.

Namun dalam perkembangannya terdapat pula bentuk penyelesaian di luar pengadilan yang ternyata salah satu proses penyelesaiannya dilakukan di pengadilan (litigasi). Misalnya mediasi. Dari pasal tersebut kita mengetahui

bahwa mediasi adalah penyelesaian di luar pengadilan, namun dalam perkembangannya mediasi dilakukan di pengadilan.

Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan mengakui adanya arbitrase yaitu penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan berdasarkan perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis. oleh para pihak yang bersengketa.

Berdasarkan pada penyelesaian sengketa alternatif secara offline atau tradisional, maka dapat dibagi juga bentuk penyelesaian sengketa dengan cara online (ODR) yang dapat dilakukan melalui Arbitrase Online. Perkembangan teknologi yang memungkinkan terjadinya perdagangan secara elektronik, telah mengilhami dilakukan penyelesaian sengketa secara elektronik pula. Di tengah kegalauan sistem hukum yang tidak mengikuti perkembangan zaman dan cepatnya kemajuan teknologi, teknologi telah menggoreskan gagasan tentang penyelesaian sengketa secara online, dalam bentuk arbitrase onlien (*earbitration*).

Arbitrase online menjadi suatu pilihan menarik dalam penyelesaian sengketa E-Commerce. Karakteristik transaksi di internet merupakan transaksi lintas batas geografis yang menghubungkan antara konsumen dengan pelaku usaha dari berbagai negara yang dapat melahirkan sengketa. Dimana sengketa tersebut nilai nominalnya sebahagian sangat kecil, tetapi membutuhkan

penyelesaian yang cepat, dan dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Berbagai upaya yang telah dilakukan diantaranya dengan menyediakan Alternatif Penyelesaian Sengketa secara online, seperti arbitrase online. Penyelesaian sengketa secara online mulai dilakukan pada tahun 1995 dengan didirikannya Virtual Magistrate pada Vilanova Center For Law & Technology.

Tujuannya adalah untuk menjadi penyedia jasa penyelesaian sengketa, khusus untuk sengketa secara online. Kasus pertama ditangani pada tahun 1996. Dalam kasus tersebut seorang telah mengajukan gugatan karena telah menerima iklan-iklan tidak diminta melalui email yang dikirimkan dengan menggunakan alamat dari American Online (AOL). AOL setuju untuk menanggapi gugatan ini dan virtual magistrate yang menangani perkara tadi mengabulkan gugatan penggugat dan memerintahkan kepada AOL untuk tidak lagi mengirim email yang berisi iklan.

Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa lainnya secara online tidak jauh berbeda dengan arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa secara tradisional. Perbedaan hanyalah mengenai cara yang digunakan yaitu penggunaan sarana-sarana elektronik dengan penyelenggaraannya. Dalam arbitrase online, pendaftaran perkara, pemilihan arbiter, penyerahan dokumen-dokumen, permusyawaratan para arbiter dalam hal tribunal arbitrase lebih dari seorang arbiter, pembuatan putusan, serta pemberitahuan akan adanya putusan dilakukan secara online.



Ketua Umum Asosiasi e-Commerce Indonesia (idEA) Aulia E. Marinto mengungkapkan e-Commerce di Indonesia adalah sebuah opportunity, karena melihat usia perdagangan online di Tanah Air yang masih tergolong baru. Aulia mengatakan, dengan usia perdagangan online yang tergolong masih bayi, tentu saja tak bisa ditampik ada kekurangan di sana sini, mulai UKM yang belum semua digital, jaringan telekomunikasi dan sebagainya, itu wajar. Namun, itu seharusnya hambatan bisa menjadi sebuah peluang.<sup>70</sup> Tanggung jawab bagi pelaku usaha dalam jual beli online adalah memberikan pelayanan, memberikan informasi produk yang dijual dengan jujur, jelas dan menjamin produk yang dijual sampai ke tangan pembeli dengan aman, termasuk juga memberikan kompensasi atau ganti rugi produk yang bermasalah. Sesuai yang diatur di dalam pasal 9 Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. pada prinsipnya pelaku usaha dapat dituntut pertanggungjawaban dalam transaksi elektronik lewat pertanggungjawaban kontraktual (contractual liability) berkaitan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen. Pertanggungjawaban produk (product liability) apabila ternyata produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha telah merugikan konsumen. Perlindungan hukum bagi konsumen belanja online dapat diberikan dari segi kepastian hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur belanja secara online yaitu Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11

<sup>70</sup> <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170210105841-185-192574/hambatan-dan-tantangan-e-commerce-indonesia> diakses 25 novembe 2021 jam 16.00

Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Keberadaan kontrak elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 18 (1) Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diakui dan memiliki kedudukan sama dengan kontrak jual beli secara konvensional. Melalui kontrak elektronik, konsumen dapat menuntut pelaku usaha jika muncul persengketaan akibat transaksi elektronik tersebut

b. Faktor Penghambat Dalam Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Dari konsumen

Berikut beberapa faktor umum yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli barang.( konsumen biasa ) :

1. Beberapa orang yang tidak memiliki kartu kredit. Selain banyak orang yang mengerti dengan Sistem pembayaran online melalui kartu kredit/MBanking tetapi ada juga beberapa komunitas yang tidak punya kartu kredit jadi agak repot dalam melakukan transaksi jual beli.
2. . Beberapa orang kurang percaya diri dengan bisnis melalui daring.

Yang disebut online ketika kita ingin bertransaksi tidak bertemu langsung hanya bertemu langsung Online ini membuat orang resah

Kekhawatirannya tentang membeli dan menjual toko online tidak diketahui khawatir penipuan atau barang yang dibeli tidak sesuai dengan gambar. Memang ada beberapa item yang memiliki tingkat kemiripan antara gambar dengan

awalnya 80-90% di antara gambar dengan Aslinya beda tapi ada juga beberapa gambar yang memang sesuai dengan aslinya disini kita sebagai pembeli harus berhati-hati “jadilah pembeli yang cerdas”

### 3. Kehabisan Stok

Di butik Kayla sering keburu habis stocknya, maka dari itu butik kayla sering PO

### 4. Barang yang dipesan tak sesuai dengan ekspektasi

Setidaknya dalam sepuluh kali transaksi pasti ada sekali dua kali barang yang tidak sesuai dengan harapan. Hal ini sering menjadi ketakutan pembeli online.

### 5. Menurut Konsumen Yang berbelanja di butik kayla pelayanannya sangat berbeda dengank yang konsumen yang lain, apabila membeli produk di butik kayla secara “kredit” pelayanannya kurang memuaskan

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau frustrasi yang timbul karena membandingkan kinerja produk itu dirasakan bertentangan dengan harapan dan dapat menjadi indikasi pembelian kembali ketika konsumen memiliki persepsi positif dan bila tidak puas akan timbul frustrasi yang justru dihasilkan kehilangan pelanggan.

Semakin banyak harapan konsumen terpenuhi, konsumen akan semakin puas, sebagai pelaku usaha harus memiliki strategi dalam pemasaran produknya, untuk mempertahankan pelanggan, jika pelanggan puas, maka dia akan melakukan pembelian berulang. Untuk memberikan kepuasan kepada



pelanggan, pemilik toko harus dapat menjual barang dan jasa dengan kualitas yang baik dengan harga yang wajar sesuai dengan apa yang didapatkan.

Ada beberapa kemungkinan penurunan pengunjung butik kayakla disebabkan oleh :

- a) Semakin banyak pesaing yang membuka usaha serupa.
- b) Harga barang lebih mahal dari pesaing bisnis sejenis.
- c) Suatu tempat atau lokasi yang lebih sempit dari tempat lain.
- d) Dari hasil observasi kualitas pelayanan perlu di diperhatikan karena kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan

Pelayanan merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Layanan pelanggan bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli serta memantau berbagai keluhan pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atas produk yang dibelinya. Melayani yang baik akan lebih mudah diingat oleh konsumen, jika pelayanannya dapat memuaskan maka konsumen akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang. Pelayanan juga merupakan upaya untuk mewujudkan kenyamanan konsumen sehingga konsumen merasa memiliki nilai lebih dari yang mereka miliki harapan

Dan aspek lain yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah harga. harga adalah sejumlah uang yang dipertukarkan oleh konsumen untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Konsumen menginginkan harga

produk yang sesuai dengan kualitas produk khawatir. Penetapan harga oleh pelaku usaha harus sesuai dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi. Ini akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli karena konsumen akan mencari tahu harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan pembeli.

Harga juga termasuk salah satu “Masalah” Karena disini harga dengan konsumen “ elit” itu sama saja tidak ada perbedaan tetapi kualitas produknya sangat berbeda dengan konsumen “elit” tersebut.

Berikut beberapa faktor umum yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli barang.( konsumen “elit )

Implementasi strategi pemasaran yang bertujuan untuk membangun citra merek dan meningkatkan pangsa pasar. Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, pemasar harus memastikan bahwa kualitas produk yang dirasakan mereka di antara konsumen tinggi. Jadi, ketika mengembangkan strategi pemasaran, pemasar harus mempertimbangkan persepsi kualitas dan setiap faktor berhubungan dengan pemasaran. Pengetahuan tentang niat dan kualitas pembelian Produk harus dimiliki oleh manajer pemasaran untuk mengembangkan strategi pemasaran agar produk yang dijual dapat diterima dan disukai oleh konsumen. Persepsi kualitas produk juga dapat digunakan oleh pemasar sebagai kriteria segmentasi untuk mengidentifikasi kelompok konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen dengan persepsi kualitas yang berbeda (rendah, sedang, tinggi) juga berbeda dalam tingkat kepuasan dan niat

beli. Dengan demikian segmentasi pasar digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dan menjawab tantangan dari pesaing<sup>71</sup>

Bisnis online adalah salah satu cara berbelanja melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial untuk digunakan dalam transaksi jual beli. Aplikasi bisnis online bisa dikatakan praktis. Mereka, konsumen tidak perlu mengunjungi toko secara langsung, tetapi mereka dapat melihat barang yang diinginkan melalui media online saja.

Kepuasan konsumen merupakan hasil akhir dari terpenuhinya harapan konsumen terhadap kinerja produk. Konsumen yang paling puas biasanya memiliki niat untuk kembali membeli produk ketika produk memenuhi harapan atau memenuhi harapan yang diinginkan. Kepuasan konsumen ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor serta persepsi konsumen terhadap pengalaman belanja online sesuai harapan konsumen. Jika pengalaman pelayanan konsumen melebihi harapan konsumen terhadap pelayanan maka kepuasan konsumen akan tinggi. Konsumen harus puas dengan pengalaman belanja E-commerce sebelum mendapatkan lebih banyak barang dan jasa secara online.

Beberapa faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam berbelanja. Salah satunya adalah kualitas produk. Ketika produk yang ditawarkan pengusaha mampu memenuhi harapan konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja di toko tersebut. Kepuasan konsumen tersebut akan

---

<sup>71</sup> Husein Umar, 2005. Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta



bermanfaat bagi pengusaha dalam menjalankan usahanya. Keamanan aplikasi, jaminan pengiriman, serta penawaran yang diberikan pemilik usaha juga menjadi perhatian konsumen dalam berbelanja.

Keputusan untuk membeli itu diambil oleh pembeli yang sebenarnya adalah sekelompok bilangan keputusan memiliki struktur lima komponen, yaitu meliputi.

- (1) Keputusan tentang jenis produk, ini konsumen dapat mengambil keputusan tentang produk apa akan membelinya untuk bertemu dan memenuhi kebutuhan,
- (2) Keputusan tentang bentuk produk, Konsumen dapat memutuskan untuk membeli produk dengan bentuk tertentu sesuai dengan selera,
- (3) Keputusan tentang merek, Konsumen harus membuat keputusan tentang merek yang akan dibeli karena masing-masing merek memiliki perbedaan tersendiri,
- (4) Hasil tentang penjual, konsumen dapat memutuskan di mana produknya yang dibutuhkan akan dibeli, dan
- (5) Keputusan tentang waktu Pembelian konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan dia harus melakukan pembelian. Saat ini pembelian atau keputusan pembelian sebuah produk tidak hanya dilakukan pembeli dengan mengunjungi toko atau tempat penjualan secara langsung. Menurut Salah satu konsumen “elit” yang berbelanja di butik kayla, Pelayanan di butik kayla sangat memuaskan dan harganya juga sesuai dengan kualitas produk tersebut, dan produknya juga sesuai trend yang ada.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diatas dapat beberapa pembahasan yang dapat peneliti ambil sebagai kesimpulan dari peneliti ini sebagai berikut :

- a) Konsumsi masyarakat yang tinggi mendorong perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan pada biaya produksi dan penjualan. Kualitas produksi dan Strategi penjualan yang baik dapat mendorong peningkatan penjualan berguna untuk menguasai pangsa pasar dan meraup keuntungan optimal. Profitabilitas yang optimal merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam melaksanakan kegiatan
- b) Penerapan Dari Sisi konsumen, disini konsumensering merasa sering dirugikan oleh owner tersebut Antara Konsumen A dengan Konsumen B tersebut,padahal harga produknya sama saja dan kualitas produknya berbeda.
- c) Beberapa kasus wanprestasi Butik Kayla Nutique yang terjadi lebih didominasi oleh tidak sesuainya barang yang dipesan dengan barang yang diterima, hal tersebut dengan tegas dilarang oleh UUPK dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f yang menyatakan pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa

tersebut. Konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak menepati perjanjian yang telah disepakati berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UUPK dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum (litigasi).

## B. SARAN

Dari uraian diatas maka penulis memberikan beberapa saran :

1. Bagi konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi e-commerce, mengingat antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling eksklusif bertatap muka dan tidak saling mengenal, maka tindakan curang dari pengusaha yang tidak bermoral akan lebih mudah muncul. Oleh karena itu, perlu hati-hati dan waspada konsumen dalam mengadakan perjanjian dalam transaksi e-commerce.
2. Agar Pelaku Usaha tidak melakukan perbuatan wanprestasi memperoleh keuntungan yang berlebihan. Dasar-dasar dalam membuka bisnis e-commerce adalah "kepercayaan" konsumen, oleh karena itu yaitu, layanan berkualitas tinggi serta etika yang baik dalam melakukan bisnis in-commerce sangat diperlukan untuk mendukung kesuksesan bisnis para pengusaha e-commerce



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- AZ. Nasution SH. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* Hal 10  
Jakarta 2011
- Aan Handriani, Fakultas Hukum, dan Universitas Pamulang, "R e v i e w," 3.2  
(2020),
- Ahamadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:  
PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 1.
- Ahmadi Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Raja  
Grafindo Persada jakrta 2008
- Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, (  
Malang Ip. Universitas muhamadiyah, 2009)
- Barakatullah, A. H, *Hukum Perlindungan Konsumen* (kajian teoritis), Nusa  
media ,Bandung 2008
- Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, "Perlindungan Hukum  
Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)," *Business Law Review: Volume One*, 1 (2005), 14–20.
- Cita Yustisia Serfiani dkk., *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*,  
Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2013
- CST. Kansil dan Christine S.T Kansil, *Modul Hukum Perdata (Termasuk Asas-  
asas Hukum Perdata)*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2000,

- Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Refika Aditama, Bandung,
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada 2004, Jakarta,
- Erman Rajagukguk et al, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju,
- Erman Raja gukguk, dkk, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan 1. Mandar Maju Bandung,
- Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hal. 11-12. 3Ibid, hal. 12
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001),
- Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008)
- Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI UII, 2004), 28.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010) hal 9
- Ibid* hal 41
- Iman Sjahputra, 2010, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: PT.ALUMNI, hal. 2
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia...*, hal 9-10

Jony Wong. *Internet Marketing for the Beginer*. (Jakarta, Kompas Gramedia, 2010). h.23.

Yahya Ahmad Zein, Op.cit, hlm.

#### B. Peraturan Undang-Undang

Undang-Undang ITE

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. BAB I,  
Pasal 1 ayat (3).

#### UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

UU No. 10 Tahun 1998, “Presiden republik indonesia,” *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Jalan*, 1, 2004, 1–5.

#### PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 82 TAHUN 2012 TENTANG PENYELENGGARAAN SISTEM DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

Pasal 1 angka 17 Tahun 2008 Undang-Undang Informasi dan Transaksi  
Elektronik (ITE)

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 1  
angka 2

Pasal 49 ayat (3) Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan sistem dan Transaksi  
Elektronik ( PP PSTE)

#### C. Jurnal

Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018. Hlm 199-210

Kominfo, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia,” 2017, hal. 32.



M.Nur Rianto Al Arif, "Penjualan On-line Berbasis Media Social Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Ijtihad, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Volume 23, No.1, Tahun 2013 (Juni 2013), hlm.34.

Mellisa Tandoko, "TINJAUAN YURIDIS ATAS ALASAN KEALPAAN DALAM WANPRESTASI KONTRAK (STUDI TERHADAP PUTUSAN NOMOR 74/PDT.G/2018/PN.JMB)," 2019.

Nurmandjito, Kesiapan Perangkat Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsumen, (Bandung: Mandar Maju, 2000), halaman 31

N.H.T Siahaan, 2005 Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, Panta Rei, hal. 289

Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi. Mengenal e-Commerce (Jakarta: Alex Media computendo, 2000).

Rifan Adi Nugraha dan Jamaluddin Mukhtar, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE," 08.02 (2015), 91–102.

Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo

Sri Arlina .PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BEL ONLINE PRODUK KOSMETIK (PEMUTIH WAJAH) YANG MENGANDUNG ZAT BERBAHAYA BERDASARKAN UNDANG - UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 UIR Law Review Volume 02, Nomor 01, April 2018

Sri Redjeki Hartono, makalah “Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen”

dalam buku Hukum perlindungan konsumen, ibid, hlm 34.

Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Belanja Online

Berdasarkan 27 UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Juncto UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi

Elektronik

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PRODUK YANG DIJUAL “ORANG BIASA”

