

TESIS

TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB MARKET PLACE
PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA PEMBELI
(ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA)

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Magister
Hukum (M.H) Program Magister Ilmu Hukum



DI SUSUN OLEH:

NAMA : SILVI MELINDA

NOMOR MAHASISWA : 191022115

BIDANG KAJIAN UTAMA : HUKUM BISNIS

**PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
2021**

TESIS

BERITA ACARA BIMBINGAN TESIS
TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB MARKET
PLACE PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA PEMBELI
(ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA)

NAMA : SILVI MELINDA
NOMOR MAHASISWA : 191022115
BIDANG KAJIAN : HUKUM BISNIS

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 06 Desember 2021
Dan dinyatakan Lulus

TIM PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Prof. Dr. H SYAFRINALDI, S.H., M.C.L

Dr. ADMIRAL, S.H., M.H

Anggota

Anggota

Prof. Dr. Thamrin, S.H., M.Hum

Dr. Arifin Bur, S.H., M.Hum

Mengetahui,
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Riau

Prof Dr. H.Yusri Munaf, S.H., M.Hum

TESIS

TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB MARKET PLACE PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA PEMBELI (ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA)

NAMA : SILVI MELINDA

NOMOR MAHASISWA : 191022115

BIDANG KAJIAN : HUKUM BISNIS

TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI OLEH DOSEN PEMBIMBING UNTUK DIPERTAHANKAN DALAM SIDANG TESIS

Dosen Pembimbing I

Tanggal, 19 November 2021

Prof. Dr. H SYAFRINALDI, S.H., M.C.L

Dosen Pembimbing II

Tanggal, 19 November 2021

Dr. ADMIRAL, S.H., M.H

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. SURIZKI FEBRIANTO, S.H, M.H

BERITA ACARA BIMBINGAN TESIS

Telah dilaksanakan Bimbingan Tesis Terhadap :

Nama : SILVI MELINDA
NPM : 191022115
Bidang kajian utama : Hukum Bisnis
Pembimbing I : Prof. Dr. Syafrinaldi, S.H., M.C.L
Pembimbing II : Dr. Admiral, S.H, M.H
Judul : TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB MARKET PLACE PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA PEMBELI (ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA)

Tanggal	Berita Acara Bimbingan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
6 Oktober 2021	Pembimbing I: Saran perbaikan - Abstrak (pengambilan kesimpulan dan saran) - BAB III: Penambahan pembasan penelitian - Perbaiki Bab IV	7.	x
19 Oktober 2021	Saran Perbaikan: - tulisan Kata Pengantar (tangga/waktu) - Penulisan <i>italic</i> pada bahasa asing - Perbaiki typo penulisan (spasi & tanda baca)	7	x
28 Oktober 2021	Saran Perbaikan: - Koreksi saran yang tepat	7	x
17 November 2021	Tesis Di ACC Pembimbing I Dan dapat diperbanyak	7.	x

10 Agustus 2021	Pembimbing II: Saran perbaikan: - Kata Pengantar (terkait susunan penulisan) - Abstrak Paragraf I - Mempertegas Latar Belakang dan penulisan	x	
16 Agustus 2021	Saran Perbaikan: - Kajian Teori (Teori harus harus berurutan dan berkaitan) - BAB III (agar disesuaikan dengan hasil penelitian)	x	
2 September 2021	Saran Perbaikan: - Koreksi Kesimpulan (agar lebih ringkas dan jelas) - Saran: (Pembagian saran untuk setiap pembahasan)	x	
4 Oktober 2021	ACC dapat di lanjutkan pada Pembimbing II	x	

Pekanbaru, 19 November 2021
Mengetahui:
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Riau



Prof. Dr. H. Yusri Munaf., S.H., M.Hum

SURAT KEPUTUSAN DIREKTUR PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 869 /KPTS/PPS-UIR/2021
TENTANG
PENUNJUKAN PEMBIMBING PENULISAN TESIS MAHASISWA
PROGRAM MAGISTER (S2) ILMU HUKUM PPS UIR

DIREKTUR PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang :
1. Bahwa penulisan tesis merupakan tugas akhir dan salah satu syarat bagi mahasiswa dalam menyelesaikan studinya pada Program Magister (S2) Ilmu Hukum PPS – UIR.
 2. Bahwa dalam upaya meningkatkan mutu penulisan dan penyelesaian tesis, perlu ditunjuk pembimbing yang akan memberikan bimbingan kepada mahasiswa tersebut.
 3. Bahwa nama – nama dosen yang ditetapkan sebagai pembimbing dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan mempunyai kewenangan akademik dalam melakukan pembimbingan yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Riau.

- Mengingat :
1. Undang – Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang : Pendidikan Tinggi
 2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor : 8 Tahun 2012 Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor : 37 Tahun 2009 Tentang Dosen
 4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor : 66 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
 5. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor : 63 Tahun 2009 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan
 6. Peraturan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 49 Tahun 2014 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
 7. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
 8. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau
 9. Surat permohonan perubahan judul **saudarai Silvi Melinda** tertanggal 22 November 2021

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
1. Menunjuk :

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Bertugas Sebagai
1.	Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., MCL	Guru Besar	Pembimbing I
2.	Dr. Admiral, S.H., M.H	Lektor	Pembimbing II

Untuk Penulisan Tesis Mahasiswa :

Nama : **SILVI MELINDA**
N P M : **191022115**
Program Studi / BKU : **Ilmu Hukum / Hukum Bisnis**
Judul Proposal Tesis : **"TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB MARKET PLACE PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA PEMBELI (ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA)"**

2. Tugas – tugas pembimbing adalah memberikan bimbingan kepada mahasiswa Program Magister (S2) Ilmu Hukum dalam penulisan tesis.
 3. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya diperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal dan ketentuan penulisan tesis sesuai dengan Buku Pedoman Program Magister (S2) Ilmu Hukum.
 4. Kepada yang bersangkutan diberikan honorarium, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
 5. Dengan terbitnya surat keputusan ini maka segala sesuatu yang berhubungan dengan ketentuan di atas dinyatakan tidak berlaku lagi
 6. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.
- KUTIPAN** : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat diketahui dan diindahkan.



DITETAPKAN DI : PEKANBARU
PADA TANGGAL : 26 November 2021

Direktur,

Prof. Dr. H. Yusri Munaf, S.H., M.Hum
NIP. 195408081987011002

Tembusan disampaikan kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru.
2. Ketua Program Magister (S2) Ilmu Hukum PPS UIR di Pekanbaru.



PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Jalan KH. Nasution No. 113 Gedung B Pascasarjana Universitas Islam Riau
Marpoyan Damai, Pekanbaru, Riau

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Nomor: 221/A-UIR/5-PPS/2021

Program Pascasarjana Universitas Islam Riau menerangkan:

Nama : **SILVI MELINDA**
NPM : **191022115**
Program Studi : **Ilmu Hukum**

Telah melalui proses pemeriksaan kemiripan karya ilmiah (tesis) menggunakan aplikasi *Turnitin* pada tanggal 19 November 2021 dan dinyatakan memenuhi syarat batas maksimal tingkat kemiripan tidak melebihi 30 % (tiga puluh persen).

Demikian surat keterangan bebas plagiat ini dibuat sesuai dengan keadaan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui
Ketua Prodi. Magister Ilmu Hukum

Pekanbaru, 19 November 2021
Staf Pemeriksa


Dr. Surizki Febrianto, S.H., M.H


Meini Giva Putri, S.Pd.

Lampiran :

- Turnitin Originality Report
- Arsip *meinigiva*

Turnitin Originality Report

Processed on: 19-Nov-2021 15:21 WIB
ID: 1707461002
Word Count: 17065
Submitted: 1

Similarity Index	Similarity by Source
29%	Internet Sources: 29% Publications: 4% Student Papers: 12%

TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB
MARKET PLACE PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA
PEMBELI (ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE
INTERNASIONAL INDONESIA) By **Silvi Melinda**

- 4% match (Internet from 18-Nov-2020)
<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14178/150200335.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- 2% match (Internet from 10-May-2021)
<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/artiele.php?article=1427421&title=PERLINDUNGAN+HUKUM+TERHADAP+KONSUMEN+YANG+DIRUGIKAN+DALAM+TRANSAKSI+JUAL+BELI+PADA+SITUS+BELAN>
- 2% match (Internet from 28-Oct-2019)
<http://sukacitamahasiswa.blogspot.com/2015/06/perlindungan-konsumen.html>
- 2% match (Internet from 06-Jan-2021)
http://repository.unika.ac.id/23110/4/16C10024-%20Laksamana%20Varelino-BAB%20III_a.pdf
- 1% match (Internet from 02-Jul-2021)
<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/31170/1/20200581.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- 1% match (Internet from 10-Jan-2021)
<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/artiele.php?article=1334417&title=TANGGUNG+JAWAB+PEMILIK+TOKO+ONLINE+DALAM+JUAL+BELI+ONLINE+E-COMMERCE+DITINJAU+BERDASARKAN+HUKUM+PERLINDUNGAN+KONSUMEN&val=907>
- 1% match (Internet from 09-Oct-2020)
<https://dspace.uil.ac.id/bitstream/handle/123456789/16633/05.2%20bab%202.pdf?isAllowed=y&sequence=7>
- 1% match (Internet from 27-Apr-2020)
<https://dspace.uil.ac.id/bitstream/handle/123456789/16265/05.2%20bab%202.pdf?isAllowed=y&sequence=7>
- 1% match (Internet from 24-Jul-2020)
<http://repository.uir.ac.id/1691/1/151020030.pdf>
- 1% match (Internet from 04-Nov-2021)
<https://adoc.pub/bab-iii-tinjauan-umum-tentang-transaksi-elektronik-e-commerce.html>
- 1% match (Internet from 07-Oct-2021)
<https://adoc.pub/bab-ii-tinjauan-umum-perlindungan-hukum-perlindungan-konsume.html>
- 1% match (Internet from 10-Nov-2020)
<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/15711/1/ANALISIS%20PERLINDUNGAN%20HAK%20KONSUMEN%20TERHADA.pdf>
- 1% match (Internet from 10-Feb-2019)
<https://de.scribd.com/doc/21576787/perlindungan-konsumen-dalam-transaksi-e-commerce>
- 1% match (Internet from 12-Mar-2020)
<https://id.123dok.com/document/dy4e76vq-perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-e-commerce-di-tinjau-dari-hukum-perikatan.html>
- 1% match (Internet from 15-Jun-2015)
http://eprints.undip.ac.id/18040/1/TRIAS_PALUPI_KURNIANINGRUM.pdf
- 1% match (student papers from 07-Jan-2019)
Submitted to Sriwijaya University on 2019-01-07
- 1% match (Internet from 17-Nov-2021)
<http://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/download/1673/8197>
- 1% match (student papers from 05-Feb-2021)
Submitted to Universitas Negeri Padang on 2021-02-05
- 1% match (Internet from 09-Aug-2019)
<http://www.lontar.uil.ac.id/file?file=digital%2F136008-T+28038-Perlindungan+hak-Analisis.pdf>
- 1% match (student papers from 12-Nov-2021)
Submitted to poltekim on 2021-11-12
- 1% match (Internet from 27-Apr-2020)
<https://es.scribd.com/document/350050537/Chapter-II-11-pdf>
- 1% match (Internet from 02-Feb-2020)
<http://repository.upnvj.ac.id/5736/8/BAB%20II.pdf>
- 1% match (student papers from 03-Aug-2021)
Submitted to Universitas Muhammadiyah Purwokerto on 2021-08-03
- 1% match (Internet from 25-Feb-2016)
<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/download/730/589>
- 1% match (Internet from 18-Feb-2019)
<https://www.scribd.com/document/395229676/NOVA-GAMAYANTI-PUTRI-AKHMAD-14410648-pdf>
- 1% match (Internet from 28-Oct-2021)
<https://shopee.co.id/legaldoc/refunds>
- 1% match (Internet from 17-Feb-2021)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SILVI MELINDA

NPM : 191022115

Program Studi : Magister Ilmu Hukum / Hukum Bisnis

Judul : TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB MARKET PLACE PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA PEMBELI (ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA)

Dengan ini menyatakan Tesis ini benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat saya terbukti melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik institusi maupun dimasyarakat dan hukum negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Pekanbaru, 19 November 2021



SILVI MELINDA

ABSTRAK

Melihat praktek jual-beli online yang semakin marak di Indonesia sangat menguntungkan bagi Masyarakat selaku konsumen dalam memilih berbagai jenis jasa dan/atau barang namun pelanggaran hak-hak konsumen sangat dimungkinkan terjadi mengingat jual-beli online mempunyai karakteristik yang berbeda dengan transaksi konvensional sehingga membuka kesempatan adanya praktek tidak baik dari pelaku usaha ataupun pihak ketiga terkait perlindungan konsumen yang mana bilamana terjadinya kerugian oleh Konsumen. Seperti kasus banyaknya pembeli yang mengajukan pengembalian dana terhadap Pesanan yang seperti Tidak sampai ke tangan pembeli akibat lamanya pengirim ekspedisi atau belum dikirim oleh pembeli, Pesanan tidak sesuai dengan deskripsi, Pesanan tidak lengkap, Pesanan tidak sampai pada tangan Pembeli dan hal lain yang dimana Pembeli dapat mengajukan pengembalian dana.

Masalah pokok dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah Tanggung Jawab dari Market Place dalam Penyelesaian Pengembalian dana Belanja Online dan Bagaimanakah Penyelesaian Market Place dalam Pengembalian Dana (Analisis PT. Shopee Internasional Indonesia)

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian: penelitian observasi (*observational research*) yang dilakukan dengan cara *survey* yaitu dengan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian dengan menggunakan alat pengumpulan data berupa wawancara. Dan penelitian ini bersifat *deskriptif*, yaitu memberikan gambaran secara jelas dan terperinci dari masalah pokok yang diteliti

Harus adanya pembaruan aturan dalam perlindungan konsumen atau dalam Transaksi Elektronik tentang cara pengembalian dana, barang atau sejenisnya secara jelas agar tidak ada pihak konsumen yang merasa dirugikan. Dan pada komplain konsumen mengenai pengembalian dana, dan mengubah sistem pengembalian dana barang atau sejenisnya sesuai dengan keinginan konsumen, dan menyediakan pilihan kepada konsumen akan dilakukan pengembalian dana melalui shopeepay ataupun via transaksi elektronik lainnya. Dan prosedur yang harus memudahkan konsumen dan adanya kepastian terkait dengan pengembalian dana kepada konsumen.

Kata kunci : Tanggung Jawab, Belanja Online, Pengembalian Dana

ABSTRACT

Seeing the practice of buying and selling online which is increasingly widespread in Indonesia, it is very beneficial for the community as consumers in choosing various types of services and/or goods, but violations of consumer rights are very possible considering that online buying and selling has different characteristics from conventional transactions, thus opening up opportunities. the existence of bad practices from business actors or third parties related to consumer protection in the event of a loss by the consumer. As in the case of many buyers who submit refunds to orders such as not reaching the buyer's hands due to the length of time the sender of the expedition or has not been sent by the buyer, the order does not match the description, the order is incomplete, the order does not arrive in the hands of the buyer and other things where the buyer can apply for a refund.

The main problems in this research are: What are the Responsibilities of the Market Place in the Settlement of Online Shopping Refunds and How is the Settlement of the Market Place in Refunds (Analysis of PT. Shopee Internasional Indonesia)

The research method used in this research is research: observational research which is carried out by means of a survey, namely by direct research to the research location using data collection tools in the form of interviews. And this research is descriptive, which provides a clear and detailed description of the main problem under study

There must be an update of rules in consumer protection or in Electronic Transactions regarding how to return funds, goods or the like clearly so that no consumer party feels aggrieved. And on consumer complaints regarding refunds, and changing the goods refund system or the like according to the wishes of consumers, and providing consumers with choices, refunds will be made through shopeepay or via other electronic transactions. And procedures that must make it easier for consumers and there is certainty regarding refunds to consumers.

Keywords: Responsibility, Online Shopping, Refund

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang mana penulis telah diberikan kesehatan maupun kesempatan berupa jasmani dan rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kemudian dari pada itu, solawat beriringkan salam tak lupa pula penulis hadiahkan buat junjungan alam yakni nabi besar Muhammad SAW yang mana dengan rahmad dan karunianya sehingga kita berada dijalan yang benar seperti kita rasakan pada saat sekarang ini.

Segala daya upaya dan kesanggupan serta kemampuan yang penulis miliki, penulis dapat berusaha untuk menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan judul **“TINJAUAN HUKUM TERHADAP TANGGUNG JAWAB MARKET PLACE PADA PENGEMBALIAN DANA KEPADA PEMBELI (ANALISIS KASUS PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA)”**.

Adapun maksud dan tujuan penulis melakukan penyusunan skripsi ini, serta diselesaikan untuk dapat menambah ilmu pengetahuan penulis dan yang lebih tinggi lagi untuk menyelesaikan Program studi Magister Hukum (S2) yang sedang penulis tekuni di Pascasarjana Universitas Islam Riau.

Selanjutnya penulis sadari bahwa penelitian dan penyusunan Tesis ini dapat terlaksana dan dilesaikan berkat motivasi, dorongan, budi baik dan bantuan

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

1. Bapak Prof. Dr. H Syafrinaldi, S.H., M.C.L. selaku Rektor Universitas Islam Riau dan Selaku Pembimbing I, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntun ilmu di Program Studi Ilmu Hukum Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Admiral, S.H., M.H. selaku Pembimbing II yang meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan petunjuk dan arahan serta ilmunya dalam penelitian ini dapat selesai dengan waktu yang penulis harapkan.
3. Bapak Dr. Surizki Febrianto, S.H., M.H. selaku Ketua Prodi Pascasarjana Universitas Islam Riau, terimakasih atas waktu yang diberikan kepada penulis untuk menimba dan menuntun ilmu selama masa perkuliahan di Universitas Islam Riau.
4. Bapak dan Ibu Dosen Pascasarjana Universitas Islam Riau atas segenap ilmu dan pengalamannya yang sangat berharga yang diberikan kepada penulis, sehingga menjadi amalan bagi Bapak dan Ibu serta bermanfaat kiranya bagi penulis untuk masa yang akan datang.
5. Bapak dan Ibu Pegawai Tata Usaha Program Pascasarjana Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan pelayan administrasi secara maksimal
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Pulkani Indra dan Ibu Merry Marlinda yang telah memberikan motivasi dan semangat yang tak terhingga dan doa-doanya, sehingga penulis mampu menyelesaikan kuliah Magister Hukum (S2) pada Pascasarjana Universitas Islam Riau

7. Serta adek-adek saya Arya Indra Rahmadan dan Tri Wulan Andari yang telah memberikan motivasi dan semangat yang tak terhingga dan doa-doanya, sehingga penulis mampu menyelesaikan kuliah Magiter Hukum (S2) pada Pascasarjana Universitas Islam Riau.
8. Dan kepada sahabat-sahabat dan teman teman saya yang mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan kuliah Magiter Hukum (S2) pada Pascasarjana Universitas Islam Riau

Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis menghargai semua kritik dan saran dari semua pihak untuk perbaikan kearah yang lebih baik, sehingga bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan yang setimpal hasil dari karya tulis yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pekanbaru, 19 November 2021

Penulis,

SILVI MELINDA, S.H

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN/ PERSETUJUAN BIMBINGAN TESIS DAN DIKETAHUI OLEH KETUA PROGRAM STUDI	ii
TIM PENGUJI TESIS DAN DIKETAHUI OLEH DIREKTUR PPS	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kerangka Teori.....	15
E. Konsep Operasional.....	26
F. Metode Penelitian	28
BAB II TINJAUAN UMUM	31
A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E Commerce	31
B. Profil Shopee Dan <i>ShopeePay</i>	55
BAB III HASIL PENELITIAN	60
A. Tanggung Jawab dari E-Commerce Dalam Penyelesaian Pengembalian Dana Belanja Online.....	60
B. Penyelesaian E-Commerce Dalam Pengembalian Dana PT. Shopee Internasional Indonesia.....	81
BAB IV PENUTUP	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial atau zoon politicon, tentunya dalam memenuhi kebutuhannya tidak bisa lepas dari orang lain. Jadi karena kebutuhan manusia yang berbeda-beda inilah manusia melakukan perjanjian dengan manusia lainnya demi memenuhi kebutuhannya tersebut. Pada zaman dahulu kala, tatkala manusia hidup dalam alam primitive, untuk memenuhi kebutuhannya adalah dengan cara “Dagang Tukar”. Saat ini dengan berkembangnya teknologi khususnya penggunaan Internet sebagai hal yang lumrah, penggunaan internet sebagai media perdagangan terus meningkat pesat, ini disebabkan karena manfaat yang didapat oleh penjual dan konsumen dengan melakukan transaksi melalui internet yang semakin mudah dan cepat

Di dalam transaksi jual-beli barang dan jasa setidaknya terdapat dua pihak yang saling berhubungan, yaitu: pertama, pihak penyedia barang atau penyelenggara jasa, kedua, pihak pemakai/pengguna barang atau jasa itu.¹ Dalam literatur ekonomi, kelompok pertama disebut sebagai pengusaha atau pelaku usaha, sedangkan kelompok kedua disebut sebagai konsumen disadari atau tidak, setiap manusia adalah konsumen

¹ Firman Tumantara, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*, Setara Press, Malang, hal.4

Di era globalisasi yang serba moderen ini, semua aktifitas manusia diupayakan dapat dilaksanakan dengan cepat dan mudah . aktifitas manusia terminimalisir dengan alat bantu, alat- alat canggih 2 berupa elektronik semuanya dibuat untuk mempermudah pekerjaan manusia.

Bahwasanya jual beli biasanya kegiatan yang melibatkan penjual dan pembeli. Suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Tidaklah berbeda dengan perjanjian pada umumnya, suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melakukan suatu hal.²

Lalu ciri yang membedakan kontrak perjanjian Jual Beli online dari kontrak lain pada umumnya adalah bahwa kesepakatan tidak diberikan dalam bentuk tertulis maupun lisan, melainkan melalui komunikasi dengan media elektronik.³

Mereka mengikatkan diri mereka Dengan melakukan kontrak elektronik, berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-undang No. 19 tahun 2016 tentang Perubahan dari Undang-undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No 8 tahun 1999

² Subekti, 884, *Hukum Perjanjian*, Jakarta : PT. Intermasa, hal. 1

³ Niniek Suparni, 2009, *Cyberspace : Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, Jakarta : Sinar Grafika, Hal. 67.

Tentang Perlindungan konsumen, setiap pelaku usaha haruslah dapat memenuhi segala tanggung jawab hukumnya ketika sedang melakukan jual beli dengan konsumen yaitu Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan makmur.

Mengatur dan melindungi konsumen agar mereka tidak selalu menderita kerugian dan berada pada posisi yang lemah akibat ulah pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab hukum atas barang yang di tawarkan atau di perjual belikan. Perlunya perlindungan hukum konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan pelaku usaha. Ketika dalam perjanjian jual beli mengenai informasi lengkap adalah sebagai pegangan pihak pembeli dalam membeli barang barang tersebut, seperti halnya membeli baju, di kehidupan nyata membeli baju dapatlah dengan menyentuh barangnya juga bisa dicoba terlebih dahulu, namun ketika membeli melalui media toko online pembeli dituntut mengetahui dan memahami keterangan mengenai baju tersebut entah mengenai bahan, ukuran, warna, keaslian merk dan lain sebagainya

Sejak dikenalnya internet di indonesia, internet telah mengundang lahirnya perdagangan model baru, dan dibalik system perdagangan baru tersebut tidak sedikit peraturan-peraturan lama tidak berlaku pada system yang baru tersebut.

namun para pengguna internet sekaligus konsumen jual beli online kini dapat bernafas sedikit lega dengan adanya Undang-Undang yang mengatur tentang Transaksi melalui media Elektronik yakni Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Namun baru baru ini telah dikembangkan produk pembayaran elektronis lainnya yang dikenal sebagai Elektronik Money (*E-Money*) di Indonesia. Alat pembayaran elektronis ini tentu memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan media pembayaran elektrnis yang terlebih dahulu lahir.⁴

Melihat praktek jual-beli online yang semakin marak di Indonesia sangat menguntungkan bagi Masyarakat selaku konsumen dalam memilih berbagai jenis jasa dan/atau barang namun pelanggaran hak-hak konsumen sangat dimungkinkan terjadi mengingat jual-beli online mempunyai karakteristik yang berbeda dengan transaksi konvensional sehingga membuka kesempatan adanya praktek tidak baik dari pelaku usaha ataupun pihak ketiga terkait perlindungan konsumen yangmana bilamana terjadinya kerugian oleh Konsumen

Salah satu nya *E-Commerce* atau *Market Place* Shopee dimana merupakan aplikasi mobile commerce berbasis *Market Place*, Aplikasi ini diklaim sebagai aplikasi mobile *Market Place* pertama bagi konsumen-ke-konsumen (C2C), aplikasi ini merupakan wadah belanja online yang lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di gadget saja. Shopee sendiri telah diluncurkan secara terbatas pada

⁴ R. Serfianto D.P., Iswi Hariyani, dan Cita Yustisia Serfiani, *Untung Dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, dan Uang-Debit, dan Uang Elektronik*, Visimedia, jakarta,2012, hal. 10.

awal 2015 di kawasan Asia Tenggara, termasuk Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina dan Taiwan.

Platform ini menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman, dan praktis. Shopee ingin mendukung pertumbuhan Indonesia dalam e-commerce ritel global dengan membawa pengalaman berbelanja yang terintegrasi media sosial dan online shopping agar terjadi interaksi sosial antara penjual dan pembeli.

Kebutuhan instrumen pembayaran mikro timbul karena apabila dilakukan menggunakan instrumen pembayaran lain yang contohnya seperti E-Commerce PT.Shopee Internasional Indonesia yang mengenalkan *E-Money* yang bernama *ShopeePay*. *ShopeePay* merupakan fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran online di platform Shopee, offline di merchant *ShopeePay* dan untuk menampung pengembalian dana.

ShopeePay bisa juga disebut dompet digital yang disediakan oleh Shopee. Secara khusus, *ShopeePay* bisa digunakan untuk mempermudah transaksi. Tidak perlu memasukkan rekening untuk pembayaran melainkan langsung saja memasukkan pilihan pembayaran melalui *ShopeePay*. Tidak hanya itu, *ShopeePay* juga bisa menjadi platform menyimpan dana transaksi dari Shopee.

Penggunaan *E-Money* sebagai alternatif alat pembayaran non-tunai di beberapa negara menunjukkan adanya potensi yang cukup besar untuk

mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai, khususnya untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat mikro sampai dengan ritel.⁵

Munculnya *E-Money* di Indonesia dilator belakang oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*E-Money*) dan Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik.

E-Money sangat penting karena menggabungkan unsur teknologi, efisiensi dan efektivitas dalam sistem pembayaran. Hal ini dapat dibuktikan sebagai berikut ini:

- a. *E-Money* merupakan gaya hidup yang dapat mengurangi ongkos bank sentral dalam mencetak uang kartal khususnya uang recehan kecil.
- b. *E-Money* dapat mendorong masyarakat menuju cash less society, yakni masyarakat tanpa uang tunai dalam berbelanja dan bertransaksi.
- c. *E-Money* merupakan pembayaran dengan risiko yang minimalis karena masyarakat tidak perlu membawa uang tunai ke mana-mana.

Pihak penerbit *E-Money* sebagai lembaga penerbit *E-Money* harus menerapkan prinsip kehati-hatian dan keamanan karena ini menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan. Perlindungan konsumen merupakan hal yang penting, hal ini terkait dengan terus berkembangnya hubungan antara konsumen dan pelaku usaha yang pada masa kini membutuhkan sebuah aturan yang dapat memberikan

⁵ *Ibid*, Hal. 119.

kepastian hukum terhadap tanggung jawab, hak dan kewajiban dari masing-masing pihak.

Melihat praktek jual-beli online yang semakin marak di Indonesia sangat menguntungkan bagi masyarakat selaku konsumen dalam memilih berbagai jenis jasa dan/atau barang namun pelanggaran hak-hak konsumen sangat dimungkinkan terjadi mengingat jual-beli online mempunyai karakteristik yang berbeda dengan transaksi konvensional sehingga membuka kesempatan adanya praktek tidak baik dari pelaku usaha ataupun pihak ketiga terkait keamanan data pribadi yang dijamin oleh pemilik Toko Online sehingga berimplikasi pada perlindungan konsumen yang mana bilamana terjadinya kerugian oleh Konsumen terkait data pribadi baik identitas pribadi, password, dan keamanan nomor kartu kredit atau pembayaran lainnya yangmana apakah dapat Pemilik Toko Online dapat dimintai pertanggung jawabannya.⁶

Merupakan hal yang wajar apabila dalam hubungan perdagangan pada suatu saat mengalami pertikaian atau konflik (*conflict*), hal ini pada hakekatnya merupakan salah satu bentuk dari interaksi sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Konflik akan berkembang menjadi sengketa apabila pihak yang merasa dirugikan menyatakan rasa tidak puas pada pihak yang menimbulkan kerugian pada pihak lain.

⁶ Yusuf Shofie, 2003, “Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori &Praktik Penegakan Hukum”, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, hal.12.

Sesuai hakikatnya, sebenarnya penjual-dan pembeli dalam transaksi jual-beli secara online mempunyai hak dan kewajiban. Dimana masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban. Sebab pembeli mengirim uang terlebih dulu, sedangkan penjual hanya menunggu kiriman uang dari pembeli. Maka yang lebih rawan mengalami kerugian disini biasanya dari pihak pembeli. Apalagi sangat jarang penjual yang memberikan jaminan ketika bertransaksi secara online. Termasuk peraturan baku yang dibuat oleh penjual lebih menguntungkan bagi penjual itu sendiri. Penjual/pelaku usaha merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet.

Menurut Prof. R. Subekti, S.H. dalam bukunya tentang “Hukum Perjanjian”, wanprestasi merupakan adanya kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:⁷

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
3. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Instrumen hukum yang mengatur dan melindungi hal-hal yang berhubungan dengan konsumen adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen. Dalam Pasal 1 poin 2 disebutkan bahwa

⁷ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, Jakarta : Kencana, 2011, Hal. 33

konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Berdasarkan pada uraian pada pasal tersebut.

Selanjutnya yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Tujuan dikeluarkannya Undang-Undang tentang perlindungan konsumen adalah untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih baik kepada konsumen sehingga kedudukan konsumen dapat disejajarkan dengan produsen secara umum.

Didalam penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan konsumen menyebutkan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:⁸

- A. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan
- B. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada

⁸ Tumantra, Firman, *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*, Setara Press, Malang, 2016 Hal. 23.

konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

- C. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antar kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.
- D. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan / atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- E. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Menurut Pasal 3 UUPK perlindungan konsumen bertujuan:⁹

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindarkannya dari akses negative pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

⁹ Pasal 3 Undang-undang perlindungan konsumen

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pemilik Toko Online bertanggung jawab mutlak terhadap kerugian yang dialami Konsumen yang menggunakan jasa transaksi onlinedari Toko Online tersebutapabila akibat dari jasa transaksi online yang digunakan konsumen

Sesuai hakikatnya, sebenarnya penjual-dan pembeli dalam transaksi jual-beli secara online mempunyai hak dan kewajiban. Tanggung jawab disini utamanya untuk melindungi pembeli. Sebab pembeli mengirim uang terlebih dulu, sedangkan penjual hanya menunggu kiriman uang dari pembeli. Maka yang lebih rawan mengalami kerugian disini adalah dari pihak pembeli. Apalagi sangat jarang penjual yang memberikan jaminan ketika bertransaksi secara online. Termasuk peraturan baku yang dibuat oleh penjual lebih menguntungkan bagi penjual itu sendiri. Penjual/pelaku usaha merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet. Tanggung jawab penjual dimana memberikan penjelasan atas produk

yang dijual nya secara benar dan jujur kepada pembeli. Penjual diharuskan menjual produk-produk yang tidak dilarang oleh undang-undang

Perlindungan konsumen memiliki peran yang sangat penting, mengingat pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi saat ini semakin mendukung tumbuhnya dunia usaha yang menghasilkan beraneka ragam produk (barang dan jasa) yang memiliki kandungan teknologi. Misalnya kemajuan teknologi perbankan di Indonesia yang telah membawa konsekuensi masalah yang dialami oleh konsumen dan biasanya berkisar pada penerapan teknologi tersebut. Oleh karena itu jangan sampai perkembangan teknologi hanya memberikan keamanan atau perlindungan kepada pihak *E-commerce* tapi juga ditujukan kepada pihak masalah konsumen sehingga ide peningkatan pelayanan terhadap konsumen, melalui teknologi tidak hanya menjadi *lip service* saja. Disinilah perlindungan konsumen memiliki arti yang sangat penting karena memiliki peran melindungi konsumen terhadap resiko kemungkinan kerugian akibat penggunaan produk-produk tersebut.

Mengatur dan melindungi konsumen agar mereka tidak selalu menderita kerugian dan berada pada posisi yang lemah akibat ulah pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab hukum atas barang yang di tawarkan atau di perjual belikan. Perlunya perlindungan hukum konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan pelaku usaha. Ketika dalam perjanjian jual beli mengenai informasi lengkap sebagai pegangan pihak pembeli dalam membeli barang barang tersebut, seperti halnya membeli baju, dikehidupan nyata membeli baju dapatlah dengan menyentuh barangnya juga bisa dicoba terlebih dahulu, namun ketika

membeli melalui media toko online pembeli dituntut mengetahui dan memahami keterangan mengenai baju tersebut entah mengenai bahan, ukuran, warna, keaslian merk dan lain sebagainya.

Seperti Pada Contohnya Pada PT.Shopee Internasional Indonesia sendiri merupakan situs belanja online yang bersifat C2C dimana pihak Shopee ikut bertanggung jawab atas apa yang dijual pembeli di akun Shopee nya dan apa yang di Beli pembeli di akun Shopee, yang dimana seperti kasus banyaknya pembeli yang mengajukan pengembalian dana terhadap Pesanan yang seperti Tidak sampai ke tangan pembeli akibat lamanya pengirim ekspedisi atau belum dikirim oleh pembeli, Pesanan tidak sesuai dengan deskripsi, Pesanan tidak lengkap, Pesanan tidak sampai pada tangan Pembeli dan hal lain yang dimana Pembeli dapat mengajukan pengembalian dana.

Tapi pada pengembalian dana tersebut harus juga disetujui oleh penjual, dimana setelah pembeli mengajukan klaim pengembalian dana, otomatis klaim pengembalian dana langsung di proses dimana disediakan ruang obrolan antara penjual dan pembeli untuk berdiskusi selama waktu diskusi 3 hari, namun pada klaim pengembalian dana tidak tersedia untuk pembeli mengajukan vidio unboxing paket, hanya saja pembeli dapat mengajukan photo paket yang diterima. jika pihak toko tidak menanggapi maka dana klaim pengembalian dana yang di ajukan pembeli akan otomatis kembali melalui *ShopeePay* pembeli. namun terkadang ada juga yang penjual menolak ajuan pengembalian dana kepada pembeli dikarenakan banyak juga para penjual merasa tertipu oleh pembeli yang tidak jujur, dimana penjual merasa sudah mengirimkan pesanan sesuai dengan

pesanan yang diminta oleh pembeli, namun terkadang ada pihak penjual yang meminta video unboxing paket dari awal paket di buka, dan mengirim video komplain ke contact penjual dan mengajukan pengembalian dana jika memang kesalahan dari pihak penjual.

Walaupun dapat kita ketahui dana yang kita bayarkan tersebut ditahan oleh Pihak Shopee sampai dengan Paket diterima oleh Pembeli, setelah itu baru penjual dapat pelimpahan dana dari Pihak Shopee.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis akan melakukan kajian untuk penulisan tesis dengan judul *“Tinjauan Hukum Terhadap Tanggung Jawab Market Place Pada Pengembalian Dana Kepada Pembeli (Analisis Kasus Pada PT. Shopee Internasional Indonesia)”*

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian dalam latar belakang, rumusan masalah dari penelitian penulisan tesis ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimanakah Tanggung Jawab dari Market Place dalam Penyelesaian Pengembalian dana Belanja Online
2. Bagaimanakah Penyelesaian Market Place dalam Pengembalian Dana (Analisis PT. Shopee Internasional Indonesia)

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Tanggung Jawab Market Place dalam Pengembalian Dana (Analisis PT. Shopee Internasional Indonesia)
2. Untuk Mengetahui Penyelesaian dalam pengembalian Dana (Analisis PT. Shopee Internasional Indonesia)

Adapun Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis, penelitian ini berusaha untuk menganalisis secara akademis tentang Tanggung jawab Pihak Belanja Online dalam pengembalian dana. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan untuk memberi sumbangan kepada pengembangan ilmu hukum pada umumnya, khususnya ilmu hukum bisnis.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini untuk memberi masukan dan sumbangan pemikiran bagi pertumbuhan hukum bisnis. Di samping itu hasil penelitian ini akan sangat bermanfaat dalam praktik penyelenggaraan bisnis di negara Indonesia.

D. Kerangka Teori

Di dalam pembahasan dan penjelasan penelitian diatas, penulis menggunakan kerangka teori untuk menjawab permasalahan dalam penulisan ini diantaranya adalah:

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.

Terkait dengan teori perlindungan hukum, ada beberapa ahli yang menjelaskan bahasan ini, antara lain Menurut Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.

Fitzgerald mengutip istilah teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalulintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara

perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat¹⁰

Menurut Philipus M. Hadjon yang berpendapat bahwa Perlindungan Hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut. Menurut Philipus M. Hadjon, bahwa sarana perlindungan Hukum ada dua macam, yaitu:

- a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.
- b. Sarana Perlindungan Hukum Represif Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap

¹⁰ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum , Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hal. 53

tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah.

Menurut pendapat Pjillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah berikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi, dan perlindungan yang represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.

Patut dicatat bahwa upaya untuk mendapatkan perlindungan hukum tentunya yang diinginkan oleh manusia adalah ketertiban dan keteraturan antara nilai dasar dari hukum yakni adanya kepastian hukum, kegunaan hukum serta keadilan hukum, meskipun pada umumnya dalam praktek ketiga nilai dasar tersebut bersitegang, namun haruslah diusahakan untuk ketiga nilai dasar tersebut bersamaan.

Fungsi primer hukum, yakni melindungi rakyat dari bahaya dan tindakan yang dapat merugikan dan menderitakan hidupnya dari orang lain, masyarakat maupun penguasa. Di samping itu berfungsi pula untuk memberikan keadilan serta menjadi sarana untuk mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat.

Perlindungan, keadilan, dan kesejahteraan tersebut ditujukan pada subyek hukum yaitu pendukung hak dan kewajiban, tidak terkecuali kaum wanita.

Dari uraian para ahli diatas memberikan pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun dalam bentuk yang bersifat represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

2. Teori Perlindungan Konsumen

Prinsip-prinsip mengenai kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha berdasarkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain :

a. *Let the buyer beware (caveat emptor)* Doktrin let the buyer beware atau caveat emptor merupakan dasar dari lahirnya sengketa dibidang transaksi konsumen. Asas ini berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Prinsip ini mengandung kelemahan, bahwa dalam perkembangan konsumen tidak mendapat informasi yang memadai untuk menen tukan Pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.

Hal tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan konsumen atau ketidakterbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Dengan

demikian, apabila konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha dapat berdalih bahwa kerugian tersebut akibat dari kelalaian konsumen sendiri.

b. *The due care theory* Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama pelaku usaha berhati-hati dengan produknya, maka ia tidak dapat dipersalahkan. Pada prinsip ini berlaku pembuktian siapa mendalilkan maka dialah yang membuktikan.

Hal ini sesuai dengan jiwa pembuktian pada hukum privat di Indonesia yaitu pembuktian ada pada penggugat, sesuai dengan pasal 1865 BW yang secara tegas menyatakan bahwa barangsiapa yang mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka diwajibkan mebu ktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

c. *The privity of contract* Doktrin ini menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang dperjanjikan. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi.

Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam pasal 1340 BW yang menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya perjanjian hanyalah antara pihak-pihak yang membuat perjanjian saja.¹¹

¹¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, 2006, hal. 6

Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yakni:

a. Asas Manfaat Adalah segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas Keadilan Adalah memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas Keseimbangan Adalah memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Adalah untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas Kepastian Hukum Adalah pelaku maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

3. Teori Keadilan

Keadilan berasal dari kata adil, menurut Kamus Bahasa Indonesia adil adalah tidak sewenang-wenang, tidak memihak, tidak berat sebelah. Adil terutama mengandung arti bahwa suatu keputusan dan tindakan didasarkan atas norma-

norma objektif. Keadilan pada dasarnya adalah suatu konsep yang relatif, setiap orang tidak sama, adil menurut yang satu belum tentu adil bagi yang lainnya, ketika seseorang menegaskan bahwa ia melakukan suatu keadilan, hal itu tentunya harus relevan dengan ketertiban umum dimana suatu skala keadilan diakui. Skala keadilan sangat bervariasi dari satu tempat ke tempat lain, setiap skala didefinisikan dan sepenuhnya ditentukan oleh masyarakat sesuai dengan ketertiban umum dari masyarakat tersebut.¹²

Keadilan Dalam filsafat hukum, teori-teori hukum alam sejak Socrates hingga Francois Geny, tetap mempertahankan keadilan sebagai mahkota hukum. Teori Hukum Alam mengutamakan “*the search for justice*”.¹³ Terdapat macam-macam teori mengenai keadilan dan masyarakat yang adil. Teori-teori ini menyangkut hak dan kebebasan, peluang kekuasaan, pendapatan dan kemakmuran. Diantara teori-teori itu dapat disebut: teori keadilan Aristoteles dalam bukunya *nicomachean ethics*, teori keadilan sosial John Rawl dalam bukunya *a theory of justice* dan juga Ahmad Ali dalam *Menguak Teori Hukum dan teori Peradilan*.

Pandangan Aristoteles tentang keadilan terdapat dalam karyanya *nicomachean ethics*, *politics*, dan *rethoric*. Lebih khususnya, dalam buku *nicomachean ethics*, buku itu sepenuhnya ditujukan bagi keadilan yang berdasarkan filsafat umum Aristoteles, mesti dianggap sebagai inti dari filsafat

¹² M. Agus Santoso, *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Ctk. Kedua, Kencana, Jakarta, 2014, hal. 85.

¹³ Theo Huijber, *Filsafat Hukum Dalam Lintasan Sejarah*, Cet. VIII, Yogyakarta: Kanisius, 1995, h. 196

hukumnya, “karena hukum hanya bisa ditetapkan dalam kaitannya dengan keadilan”

Dari pandangan Aristoteles diatas yang sangat penting bahwa keadilan mesti dipahami dalam pengertian kesamaan. Namun Aristoteles membuat perbedaan penting antara kesamaan numerik dan kesamaan proporsional. Kesamaan numerik mempersamakan setiap manusia sebagai satu unit. Inilah yang sekarang lazim di pahami tentang kesamaan dan yang dimaksudkan ketika dikatakan bahwa semua warga adalah sama di depan hukum.

Menurut Thomas Hobbes keadilan ialah suatu perbuatan dapat dikatakan adil apabila telah didasarkan pada perjanjian yang telah disepakati. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa keadilan atau rasa keadilan baru dapat tercapai saat adanya kesepakatan antara dua pihak yang berjanji. Perjanjian disini diartikan dalam wujud yang luas tidak hanya sebatas perjanjian dua pihak yang sedang mengadakan kontrak bisnis, sewa-menyewa, dan lain-lain. Melainkan perjanjian disini juga perjanjian jatuhnya putusan antara hakim dan terdakwa, peraturan perundang-undangan yang tidak memihak pada satu pihak saja tetapi saling mengedepankan kepentingan dan kesejahteraan publik.¹⁴

Roscoe Pound melihat keadilan dalam hasil-hasil konkrit yang bisa diberikannya kepada masyarakat. Ia melihat bahwa hasil yang diperoleh itu hendaknya berupa pemuasan kebutuhan manusia sebanyak-banyaknya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya. Pound sendiri mengatakan, bahwa ia sendiri senang melihat “semakin meluasnya pengakuan dan pemuasan terhadap

¹⁴ Muhammad Syukri Albani Nasution, *Hukum dalam Pendekatan Filsafat*, Ctk. Kedua, Kencana, Jakarta, 2017, hlm. 217-218.

kebutuhan, tuntutan atau keinginan-keinginan manusia melalui pengendalian sosial; semakin meluas dan efektifnya jaminan terhadap kepentingan sosial; suatu usaha untuk menghapuskan pemborosan yang terus-menerus dan semakin efektif dan menghindari perbenturan antara manusia dalam menikmati sumber-sumber daya, singkatnya social engineering semakin efektif”¹⁵

Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima. Nilai kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial mengandung suatu makna bahwa hakikat manusia sebagai makhluk yang berbudaya dan berkodrat harus berkodrat adil, yaitu adil dalam hubungannya dengan diri sendiri, adil terhadap manusia lain, adil terhadap masyarakat bangsa dan negara, adil terhadap lingkungannya serta adil terhadap Tuhan Yang Maha Esa.

Kesamaan proporsional memberi tiap orang apa yang menjadi haknya sesuai dengan kemampuannya, prestasinya, dan sebagainya. Dari perbedaan ini Aristoteles menghadirkan banyak kontroversi dan perdebatan seputar keadilan. Lebih lanjut, dia membedakan keadilan menjadi jenis keadilan distributif dan keadilan korektif.

Di Indonesia keadilan digambarkan dalam Pancasila sebagai dasar negara, yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Dalam sila lima tersebut terkandung nilai-nilai yang merupakan tujuan dalam hidup bersama. Adapun keadilan tersebut didasari dan dijiwai oleh hakikat keadilan kemanusiaan yaitu keadilan dalam hubungannya manusia dengan dirinya sendiri, manusia dengan

¹⁵ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum, Ctk. Kedelapan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 174.

manusia lainnya, manusia dengan masyarakat, bangsa, dan negara, serta hubungan manusia dengan Tuhannya¹⁶

Keadilan tidak hanya ditujukan kepada masyarakat seumumnya, melainkan juga kepada individu. Namun individu ini bukan sekedar entitas atomistik yang terlepas sama sekali dari konteks sosial budayanya, melainkan individu dalam keterhubungannya dengan individu lain dan dengan masyarakatnya. Disini keadilan sosial tidak sama dengan sosialisme yang tidak terlalu peduli dengan kepentingan individu.¹⁷

Meskipun dalam keadilan sosial perhatian terhadap individu tetap ada, namun keadilan sosial tidak tergantung dari kehendak individu, melainkan dari struktur-struktur. Dengan demikian, keadilan sosial adalah keadilan struktural. Keadilan ini tercapai apabila struktur seperti proses-proses ekonomi, politik, sosial, budaya dan ideologis dalam masyarakat menghasilkan pembagian kekayaan masyarakat yang adil dan menjamin bahwa setiap warga memperoleh yang menjadi haknya. Keadilan sosial lebih mudah diperoleh dengan membongkar struktur-struktur yang tidak adil.

Nilai-nilai keadilan tersebut haruslah merupakan suatu dasar yang harus diwujudkan dalam hidup bersama kenegaraan untuk mewujudkan tujuan negara, yaitu mewujudkan kesejahteraan seluruh warganya dan seluruh wilayahnya, mencerdaskan seluruh warganya. Demikian pula nilai-nilai keadilan tersebut sebagai dasar dalam pergaulan antar negara sesama bangsa didunia dan prinsip-prinsip ingin menciptakan ketertiban hidup bersama dalam suatu pergaulan

¹⁶ *ibid*, hal. 86.

¹⁷ Hyronimus Rhiti, *Op.Cit*, hal. 251

antarbangsa di dunia dengan berdasarkan suatu prinsip kemerdekaan bagi setiap bangsa, perdamaian abadi, serta keadilan dalam hidup bersama (keadilan sosial).¹⁸

Keadilan hukum bagi masyarakat tidak sekedar keadilan yang bersifat formal-prosedural, keadilan yang didasarkan pada aturan- aturan normatif yang rigid yang jauh dari moralitas dan nilai-nilai kemanusiaan. Lawan dari keadilan formal-prosedural adalah keadilan substantif, yakni keadilan yang ukurannya bukan kuantitatif sebagaimana yang muncul dalam keadilan formal, tetapi keadilan kualitatif yang didasarkan pada moralitas publik dan nilai-nilai kemanusiaan dan mampu memberikan kepuasan dan kebahagiaan bagi masyarakat.

E. Konsep Operasional

Tanggung jawab hukum diartikan sebagai kewajiban untuk melakukan sesuatu atau berperilaku menurut cara tertentu tidak menyimpang dari peraturan yang ada.¹⁹

Market Place Adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs *Market Place* bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Bisa dikatakan *Market Place* adalah department store online.²⁰

¹⁸ *ibid*, hlm. 87.

¹⁹ Wawan Muhwan Hariri, 2011, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum perikatan Dalam Islam*, Bandung : Pusaka Setia, hal, 59

²⁰ <https://www.niagahoster.co.id/>

Pengembalian Dana Adalah pengembalian dana yang diterima oleh Anda yang mengajukan pembatalan atas pembelian barang dan jasa di suatu perusahaan digital.²¹

Pembeli Adalah seseorang yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu.

Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.²²

E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik²³

Uang Elektronik adalah produk stored-value atau prepaid, di mana sejumlah nilai uang (*moneytary value*) tersimpan dalam peralatan elektronik. Nominal uang yang tersimpan secara elektronis dilakukan dengan menukarkan sejumlah uang melalui pendebitan rekening bank yang disimpan dalam peralatan elektronis. ²⁴

²¹ <https://www.modalrakyat.id/blog>

²² Pasal 1457 KUHPperdata

²³ Wahana, 2006, Apa Dan Bagaimana E - Commerce, Jakarta : Andi Publisher hal.10

²⁴ *Ibid*, R. Serfianto D.P., Iswi Hariyani, dan Cita Yustisia Serfiani, hal 20

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan sifat penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian observasional research, yaitu penelitian lapangan dan untuk melihat efektivitas hukum.

Penelitian yang dilakukan dengan cara survey, artinya peneliti terjun langsung ke lokasi untuk mendapatkan data yang menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner dan wawancara

2. Obyek Penelitian

Obyek Penelitian ini mengenai Tanggung Jawab Market Place Terhadap Pengembalian Dana Kepada Pembeli (Analisis PT. Shopee Internasional Indonesia)

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian terhadap Tanggung Jawab Market Place Terhadap Pengembalian Dana Kepada Pembeli (Analisis PT. Shopee Internasional Indonesia), Khusus nya pada Pembeli Market Place shopee yang pernah mengajukan Pengembalian dana Di daerah Pekanbaru Riau.

4. Populasi Dan Responden

Adapun yang menjadi Populasi dan Responden Pada penelitian ini adalah:

1.1 Populasi dan Sampel

NO	Nama Responden	Populasi	Sampel
1	Market Place Shopee	1	1
2	Pembeli	10	3
	Jumlah	11	4

Ditetapkan Metode Purposive dimana digunakan jumlah sampel yang mewakili dari populasi telah ditetapkan terlebih dahulu dengan kriteria atau ukuran yang lebih lanjut ditentukan oleh pembeli.

5. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Dalam hal ini khususnya Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-undang Informasi dan transaksi Elektronik No. 11 Tahun 2008 dan Undang-undang Perubahan Informasi dan Transaksi elektronik No.19 Tahun 2016 dan Kitab Undang-undang Hukum Perdata

b. Data Sekunder

Sebagaimana yang terdapat dalam kumpulan pustaka yang terdiri dari pendapat para pakar yang tertuang dalam literatur, wawancara, kajian-kajian, hasil penelitian, kamus hukum, artikel, media cetak, media internet, yang sifatnya tidak mengikat tetapi berkaitan dengan masalah yang dikaji.

6. Alat Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis penelitian yang bersifat sosiologis maka dalam mengumpulkan bahan hukum, penulis menggunakan metode pengumpulan data primer berupa:

- a. Kuesioner, alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan secara terbuka kepada sampel. Yang disesuaikan dengan masalah yang akan di bahas

7. Analisis Data

Analisis data sebagai tindak lanjut proses pengolahan data merupakan kerja seorang peneliti yang memerlukan ketelitian, dan pencurahan daya fikir secara optimal.²⁵

. Metode Penarikan Kesimpulan

Metode penarikan kesimpulan yang digunakan adalah metode induktif dimana contoh-contoh kongkrit dan fakta-fakta diuraikan terlebih dahulu, baru kemudian dirumuskan menjadi suatu kesimpulan atau generalisasi. Pada metode ini, data dikaji melalui proses yang berlangsung dari fakta

²⁵ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek Cetakan Ketiga*, Sinar Grafika, Jakarta, 2002, Hal. 77.

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce*

1. Sejarah Perkembangan *E-commerce*

E-Commerce di dunia di mulai dari kemunculan Sejarah perkembangan *E-commerce* di dunia berkembang sehingga timbulah *E-commerce*. internet yang kemudian terus berkembang sehingga mulai lahir pada tahun 1969 kelompok peneliti Am dengan empat komputer di UCLA, *Stanford Research Institute*, Universitas Utah, dan Universitas California di Santa Barbara. Mereka menciptakan sebuah jaringan untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lain. Jaringan ini dikenal istilah ARPAnet-ARPA merupakan singkatan dari *Advanced Research Project Agency* yang merupakan bagian dari Departemen Keamanan AS.

Tiga tahun kemudian, lebih dari lima puluh universitas telah terhubung bersama-sama dalam jaringan (*network*), dan jaringan komputer yang lain mulai muncul di sekitar negara bagian dan dunia. Seiring dengan perkembangan ARPAnet, yang diikuti pula dengan kerjasama jaringan antara kaum pendidik, dan eksperimen NASA mengenai jaringan komputer, jaringan ini mulai terhubung satu dengan yang lain interconnected, inilah awal mula dipakai istilah "Internet". Istilah perdagangan elektronik berarti pemanfaatan transaksi komersial, seperti pesanan pembelian atau invoice secara elektronik.

Berkembang melalui aktivitas yang mempunyai internet sebagai media komunikasi, dan sebagai media transaksi dan diperkirakan pada tahun 2003 lebih dari 95 persen dari seluruh kegiatan internet merupakan kegiatan perdagangan. Menurut *World Trade Organization (WTO)*, cakupan *e-commerce*, penjualan dan pengiriman barang dan atau bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan dan pengiriman jasa melalui elektronik, sedangkan *OECD (Organization For Economic Cooperation and Development)* menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah jelaskan bahwa *e-commerce* adalah transaksi berdasarkan proses dan transmisi data secara elektronik. Selain dari dua lembaga Internasional tersebut, *Alliance for Global Business*, suatu asosiasi di bidang perdagangan terkemuka mengartikan *e-commerce* sebagai seluruh transaksi yang melibatkan transfer Informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronik sebagai media.²⁶

Sebagai suatu perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. *E-commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual.²⁷

Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman. kembangan transaksi *e-commerce* menunjukkan adanya peningkatan 11 Negara-negara maju tetapi juga di Negara

²⁶ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghali Indonesia, Jakarta, 2002 hlm.79

²⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Bisnis E-Commerce*, PustakaPelajar, Yogyakarta, 2005 hlm.vii.

yang sangat signifikan, tidak saja di Negara-negara maju tetapi juga negara berkembang khususnya Indonesia. Banyak keuntungan yang e-commerce yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara-cara konvensional. Pada dasarnya, keuntungan penggunaan dasarnya, keuntungan penggunaan *e-commerce* dapat dibagi keuntungan bagi pedagang dan keuntungan bagi menjadi 2 (dua) bagian, yakni keuntungan bagi pedagang dan ke pembeli. Perdagangan merupakan transaksi jual beli barang yang dilakukan antara penjual dan pembeli di suatu tempat.

Transaksi perdagangan dapat timbul jika terjadi pertemuan antara penawaran dan permintaan terhadap barang yang dikehendaki. Perdagangan sering dikaitkan dengan berlangsungnya transaksi yang terjadi sebagai akibat munculnya problem kelangkaan barang. Perdagangan juga merupakan kegiatan spesifik, karena di dalamnya melibatkan rangkaian kegiatan produksi dan distribusi barang. Ditengah globalisasi komunikasi yang semakin terpadu (*global communication network*) dengan semakin populernya internet, seakan telah membuat dunia semakin menciut (*shrinking the world*) dan semakin memudahkan batas negara berikud kedaulatan dan tatanan masyarakatnya, begitu juga perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia, maka transaksi jual beli pun yang pada awalnya bersifat konvensional perlahan-lahan beralih menjadi transaksi

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sendiri telah ada sejak tahun 1996, dengan berdirinya Dyvincom Intrabumi atau D-Net (www.dnet.net.id) sebagai perintis transaksi online. Wahana transaksi berupa mal online yang disebut D Mall (diakses lewat D-Net) ini telah menampung sekitar 33 toko online merchant.

Produk yang dijual bermacam-macam, mulai dari makanan, aksesoris, pakaian, produk perkantoran sampai furniture.

Selain itu seiring berjalannya waktu, berdiri pula *E-Commerce* seperti Shopee, Buka Lapak, Tokopedia, JD.ID, Lazada Dan banyak *E-Commerce* lain yang berdiri saat ini. Hal ini tak lepas dari potensi berupa jumlah masyarakat yang besar dan adanya jarak fisik yang jauh sehingga e-commerce dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Daya beli masyarakat yang konsumtif saat ini membuat *E-Commerce* menjadi salah satu aplikasi belanja online yang digemari masyarakat saat ini, Namun banyak juga kendala dari pembelian online yang dilakukan.

2. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha.

2.1 Konsumen

Istilah konsumen berasal dari bahasa Belanda: *Konsument*. Para ahli hukum pada umumnya sepakat bahwa arti konsumen adalah : "Pemakai akhir dari benda dan jasa (*Uiteindelijke Gebruiker van Goederen en Diensten*) yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha (*ondernemer*)".²⁸ merupakan salah satu Konsumen merupa satu pihak dalam hubungan dan transaksi ekonomi yang hak-haknya sering diabaikan.

Berkaitan dengan aspek hukum perlindungan konsumen Beberapa kaidah berkaitan dengan aspek hukum perind seperti yang termuat di dalam KUHPerdara yang paling banyak digunakan atau berkaitan dengan asas-asas dan kaidah hukum mengenai hubungan dan masalah konsumen adalah buku ketiga tentang perikatan dan buku ke empat tentang pembuktian dan kadaluarsa. Buku ke tiga memuat

²⁸ Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen dilihat dari sudut Perjanjian baku (Standar)*. Dalam *BPHN, Simposium Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Binacipta, Bandung, 1986, hlm.57.

berbagai hubungan hukum konsumen, hubungan hukum itu Perikatan yang terjadi baik berdasarkan suatu perjanjian maupun yang lahirnya karena undang-undang (Pasal 1233). Hubungan hukum konsumen adalah untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu atau untuk tidak berbuat sesuatu (Pasal 1234). Hubungan konsumen, perikatan karena perjanjian, mengenai pengertian syarat sahnya, akibat-akibat dan penafsirannya serta jenis-jenisnya yang termuat dalam pasal-pasal 1313-1351. dalam bab kelima sampai bab ketujuh Buku Ketiga KUHPer, termuat ketentuan-ketentuan tentang perikatan tertentu karena adanya perjanjian-perjanjian yang di tunjukan oleh undang-undang (perikatan jual-beli, pinjam meminjam, tukar-menukar, sewa menyewa dan lain-lain).²⁹

Menurut Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyebutkan bahwa "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan / atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri,

2. Konsumen yang menggunakan barang/jasa untuk keperluan diri sendiri 1 keluarga / non komersial (*Ultimate consumer, Ultimate buyer, end user, final consumer, consumer of the consumer market*).

2.2 Pelaku Usaha

Pengertian umum pelaku usaha adalah orang atau badan hukum yang menghasilkan barang-barang dan / atau jasa dengan memproduksi barang dan jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen dengan mencari keuntungan dari barang-barang dan jasa tersebut. Menurut pasal 1 butir 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Pasal 1 butir 3 Kepmenperindag

²⁹ Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Grasindo, 2000, Hal. 56

Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 pelaku usaha adalah “Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

3. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

3.1 Hak dan Kewajiban Konsumen

Secara harfiah konsumen adalah orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembentuk. Adapun istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu “consumer”, atau dalam bahasa Belanda yaitu “consument”. Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan lagi³⁰

Pembangunan dan perkembangan perekonomian di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Ditambah dengan globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang atau jasa. Kondisi seperti ini disatu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang atau jasa yang diinginkan terpenuhi serta semakin terbuka lebar karena adanya kebebasan

³⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2010), hal 17

memilih aneka jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen.

Tetapi disisi lain dapat mengakibatkan kedudukan konsumen dan pelaku usaha tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Berkenaan dengan pertimbangan tersebut maka perlu juga diketengahkan apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Sebagai pemakai barang dan / atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan akan hak-hak konsumen adalah hal yang sangat penting agar masyarakat dapat bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri sehingga ia dapat bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya ketika ia menyadari hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

Adapun hak-hak dari konsumen adalah sebagaimana yang ada ketentuan Pasal 4 UUPK, hak konsumen adalah :³¹

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, mengkonsumsi barang dan/ atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, Jelas, dan Jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa digunakan.

³¹ Pasal 4 Undang-undang Konsumen

5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur Serta tidak diskriminatif.
8. Hak Untuk mendapatkan kompesasi, ganti rugi dan/ penggantian, apabila barang dan jasa yang diterima tidak dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan Keselamatan merupakan hal penting mendapatkan pengaturan. Pentingnya Kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara Jelas pa da label suatu produk namun konsumen tidak membaca peringatan Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaba kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh produsen.³²

Kewajiban konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha adalah hal yang sudah biasa dan semestinya demikian.

³² Kewajiban pelaku usaha beritikad baik, sepenuhnya di uraikan dalam telaah terhadap ketentuan pasal 7 UUPK

Kewajiban lain yang perlu mendapat penjelasan adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru sebab sebelum diundangkannya Undang-undang Perlindungan Konsumen hampir tidak dirasakan adanya kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata, sementara kasus pidana tersangka lebih banyak dikendalikan oleh aparat kepolisian atau kejaksaan. Adapun kewajiban seperti ini diatur dalam Undang-undang perlindungan Konsumen dianggap tepat sebagai kewajiban untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut hak ini akan menjadi lebih mudah diperoleh konsumen.

3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku usaha

Hak pelaku usaha tercantum dalam pasal 6 UUPK, yaitu:³³

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang di perdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen beritikad baik
- c. Hak untuk mendapatkan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum senvketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.

³³ Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen kurang memadai. Dalam praktek yang biasa terjadi suatu barang atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian dipeningkan dalam hal ini adalah harga yang wajar. Melalui hak-hak diharapkan perlindungan konsumen secara berlebihan hingga mengabaikan kepentingan pelaku usaha dapat dihindari.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK, yaitu:³⁴

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan / atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku.
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau barang dan jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat atau yang diperdagangkan.

³⁴ Pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen

- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan penggantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha adalah:

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa, misalnya: tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan:

- a. Tidak sesuai dengan berat isi bersih atau neto
- b. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- c. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan sebagaimana dinyatakan dalam label, etika, atau keterangan barang atau jasa tersebut.
- d. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label.
- e. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal.
- f. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat barang, ukuran, berat isi atau neto.

2. Larangan dalam menawarkan/ memproduksi

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan suatu barang atau jasa secara tidak benar atau seolah-olah:

- a. Barang tersebut telah memenuhi atau memiliki potongan harga, harga Khusus, standar mutu barang tersebut dalam keadaan baik/Baru
- b. Barang atau jasa tersebut telah mendapat atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan dibuat oleh perusahaan yang mempunyai Sponsor, persetujuan, atau afiliasi.

- c. Barang atau jasa tersebut tersedia.
 - d. tidak mengandung cacat tersembunyi.
 - e. Kelengkapan dan barang tertentu.
 - f. Berasal dari daerah tertentu.
 - g. Secara langsung atau tidak merendahkan barang atau jasa lain.
 - h. Menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya atau efek samping
 - i. Tanpa keterangan yang lengkap.
 - j. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
3. Larangan dalam penjualan secara obral/ lelang

Pelaku usaha dalam penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui / menyesatkan konsumen, antara lain :

- a. Menyatakan barang atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar tertentu.
- b. Tidak mengandung cacat tersembunyi.
- c. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud menjual barang lain.
- d. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu atau jumlah cukup dengan maksud menjual barang yang lain.

4. Larangan dalam periklanan

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan, misalnya;

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, Kegunaan mengenai atau tarif jasa, serta ketepatan waktu penerimaan barang jasa.

- b. Mengelabui jaminan/ garansi terhadap barang atau jasa
- c. Memuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang atau jasa.
- d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang atau jasa.
- e. Mengeksplotasi kejadian atau seseorang tanpa seizin atau persetujuan yang bersangkutan.
- f. Melanggar etika atau ketentuan peraturan perundang-undangan icug periklanan.

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan asas dalam hukum perjanjian yang diatur dalam pasal 1338 ayat (3) Bw. Pentingnya itikad baik tersebut sehingga dalam perundingan atau perjanjian dalam antara para pihak, kedua belah pihak akan berhadapan dalam suatu hubungan hukum khusus yang dikuasai oleh itikad baik dan hubungan khusus ini membawa akibat lebih lanjut bahwa kedua belah pihak harus bertindak dengan mengingat kepentingan yang wajar dari pihak lain. Bagi masing-masing calon pihak terdapat suatu kewajiban mengadakan penyelidikan dalam battas yang wajar terhadap pihak lawan sebelum menandatangani kontrak atau masing-masing pihak harus menaruh perhatian yang cukup dalam menutup kontrak yang berkaitan dengan itikad baik.³⁵

Mengenai perjanjian maka kebebasan berkontrak dianggap ada sejauh kebebasan ini mengenai isi perjanjianan menurut ukurannya sendiri, yaitu

³⁵ J.M Van Dunne dan van der Burght, Gr, *Perbuatan Melawan Hukum dewan Kerja sama ilmu hukum belanda dengan Indonesia*, Proyek Hukum Perdata, Ujug pandang, 1988, hal.15

berdasarkan itikad baik dengan kewajiban untuk memperhatikan kepentingan pihak lawan dalam perjanjian pada awal penyusunan syarat-syarat perjanjian.

Apabila satu pihak hanya mengajukan kepentingan sendiri maka ia menyalahgunakan kebebasan dalam membuat perjanjian.

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melaksanakan kegiatan usahanya sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa. Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usaha sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi sampai pada tahap penjualan sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa hal ini disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen sejak barang diproduksi oleh produsen. Tentang kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta member penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan disebabkan karena informasi merupakan hak konsumen juga karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu yang akan sangat merugikan konsumen.

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai Suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.³⁶

³⁶ *Ibid*, Hal 15-16

4. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Secara umum, perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu, perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah.

Pengertian perlindungan konsumen terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK), yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum", diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.³⁷

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.³⁸

Karena beberapa karakteristik khas e-commerce akan menempatkan

³⁷ Ahmadi Miru dan Sutarnab Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, Hal.1

³⁸ Adrian Sutedi, *Tanggung jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, Hal.9

konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan seperti:

- a. Perusahaan di internet (the internet merchant) tidak memiliki alamat secara fisik di suatu negara tertentu, sehingga hal ini akan menyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
- b. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan *Local Follow up service or repair*.
- c. Produk yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak kompatibel dengan persyaratan lokal (*local requairments*).³⁹

Kedudukan konsumen sangat lemah dibanding produsen. Salah satu usaha untuk melindungi dan meningkatkan kedudukan konsumen adalah dengan menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum tentang tanggung jawab produsen. Dengan diberlakukannya prinsip tanggung jawab mutlak diharapkan pula para produsen menyadari betapa pentingnya menjaga kualitas produk yang dihasilkan, para produsen akan lebih berhati-hati dalam memproduksi barang.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:⁴⁰

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa

³⁹ Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, UII Press, Yogyakarta, 2003, Hal.62

⁴⁰ *Ibid*, Hal. 12

- d. Membenkan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

A. Len Umar Purba mengemukakan kerangka umum tentang senal-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen yaitu sebagai berikut:⁴¹

- a. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha.
- b. Konsumen mempunyai hak
- c. Pelaku usaha mempunyai kewajiban.
- d. Pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembangunan nasional.
- e. Perlindungan konsumen dalam iklim bisnis yang sehat.
- f. Keterbukaan dalam promosi barang atau jasa.
- g. Pemerintah perlu berperan aktif.
- h. Masyarakat juga perlu berperan serta
- i. Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang.
- j. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.

Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen. Dengan adanya Undang-undang

⁴¹ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jka di Rugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, Hal,5

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang dan mereka dapat menggugat atau menuntut jika ternyata hak- haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha. Purba menguraikan konsep perlindungan konsumen berikut, Kunci Pokok Perlindungan Konsumen adalah bahwa konsumen dan pengusaha produsen atau pengedar produk) saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pengusaha.

Pasal 2 UUPK menyebutkan tujuan perlindungan konsumen sebagai berikut.⁴²

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian imen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksese negatif pemakaian barang / Jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukas dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastan hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

⁴² Pasal 2 Undang-undang Perlindungan konsumen

- f. Meningkatkan kualitas barang jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang/ jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Beberapa asas perlindungan konsumen sebagai berikut:

a. Asas Manfaat

Asas ini mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan. Asas pemantaatan barang dan Jasa yang akan digunakan oleh konsumen.

b. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar konsumen dan pelaku usaha menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara yang menjamin kepastian hukum.

Menurut Johanes Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat terjadinya transaksi (*no conflict/ pre purchase*) pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict / post purchase*). Disamping UUPK, terdapat sejumlah peraturan perundang-undangan lainnya yang dijadikan sebagai sumber atau dasar hukum yaitu sebagai berikut:

- a) PP No. 57 Tahun 2001 tanggal 21 Juli 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- b) PP No. S58 Tahun 2001 tanggal 21 Juli 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

- c) Kepmenperindag No. 301/MPP/KEP/10/2001 tentang Pengangkatan, Pemberhentian Anggota dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
- d) Kepmenperindag No. 302/MPP/KEP/10/2001 tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- e) Kepmenperindag No. AHO/MPIP/Kep/6/2002 tanggal 1 Juni No. 302/MPTTK1 tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Masyarakat.
- f) Dan lainnya

Kesadaran konsumen bahwa mereka memiliki hak, kewajiban serta perlindungan hukum atas mereka harus diberdayakan dengan meninjau kualitas pendidikan yang layak atas mereka, mengingat faktor utama perlakuan yang semena-mena oleh produsen kepada konsumen adalah kurangnya Kesadaran serta pengetahuan konsumen akan hak-hak serta kewajiban mereka, Pemerintah sebagai perancang, pelaksana serta pengawas atas jalannya hukum dan Undang-undang tentang perlindungan konsumen harus benar-benar memperhatikan fenomena-fenomena yang terjadi pada kegiatan produksi dan konsumsi dewasa ini agar tujuan para produsen untuk mencari laba berjalan dengan lancar tanpa ada pihak yang dirugikan.

Demikian juga dengan konsumen yang memiliki tujuan untuk memaksimalkan kepuasan jangan sampai mereka dirugikan karena kesalahan yang diabaikan dari proses produksi yang tidak sesuai dengan standar berproduksi yang sudah tertera dalam hukum dan UU yang telah dibuat oleh pemerintah.

Kesadaran produsen akan hak-hak konsumen juga sangat dibutuhkan agar tercipta harmonisasi tujuan antara produsen yang ingin memperoleh laba tanpa membahayakan konsumen yang ingin memiliki kepuasan maksimum.

1. Pengertian *E-Commerce* Istilah *Electronic Commerce* belum memiliki istilah yang baku. Terdapat beberapa istilah yang dikenal pada umumnya seperti *e-commerce*, *WEB Contract* dan Kontrak Dagang Elektronik. Namun dalam tulisan ini, istilah yang digunakan adalah *e-commerce*.

E-commerce merupakan bagian dari *Electronic Bussines* (bisnis yang dilakukan melalui media elektronik). Pengertian *e-commerce* bagi banyak kalangan *e-commerce* merupakan suatu terminologi baru yang belum cukup dikenal. Masih banyak yang beranggapan bahwa *e-commerce* ini sama dengan aktivitas jual beli alat - alat elektronik. Oleh karena itu dalam bab ini penulis akan mencoba menjelaskan pengertian dari *e-commerce* tersebut.

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

Onno w. Purbo dan Aang arit wahyudi mencoba menggambarkan *e-commerce* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana

mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui e mail atau bisa melalui *World Wide Web*.

Wikipedia membenarkan definisi e-commerce sebagai berikut:

1. *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai aktifitas komers melalui pertukaran informasi yang dihasilkan, disimpan atau dikomunikasikan oleh alat elektronik, optik atau analog., termasuk EDI, E-mail, dan lain-lain.
2. *E-commerce* adalah alat untuk mendukung kegiatan transaksi bisnis dengan perkembangan komputansi dan tidak menggunakan kertas.
3. *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai suatu set dari keseluruhan proses yang mendukung kegiatan komersial dalam jaringan dan mengembangkan analisa informasi.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik beberapa unsur dan *e-commerce*, yakni:

- a. Adanya kontrak dagang.
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik.
- c. Transaksi bersifat paper less.
- d. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan.
- e. Kontrak itu terjadi dalam jaringan public.
- f. Sistem terbuka, yaitu dengan internet atau WWW (*World Wide Web*).
- g Kontrak itu terlepas dari batas yurisdiksi nasional.
- h. Mempunyai nilai ekonomis.

E-Commerce pada dasarnya adalah kegiatan perdagangan yang menggunakan media elektronik. Kedudukan e-commerce dalam hukum

Indonesia terletak dalam bidang hukum perdata sebagai subsistem dari hukum perjanjian, maka e-commerce memiliki asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian pada umumnya seperti:

1. Asas kebebasan berkontrak
2. Asas konsensual
3. Asas itikad baik
4. Asas keseimbangan
5. Asas kepatutan
6. Asas kebiasaan
7. Asas ganti rugi
8. Asas keadaan memaksa
9. Asas kepastian hukum, dll.

Karena berlakunya asas-asas hukum perjanjian dalam e-commerce, maka ketentuan tentang perikatan tetap berlaku, sehingga berlaku pula Pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian yakni :⁴³

1. Sepakat mereka untuk mengikatkan dirinya.
2. Cakap untuk membuat suatu perikatan.
3. Suatu hal tertentu.
4. Suatu sebab yang halal.

Manfaat *E-Commerce*:⁴⁴

- a. Revenue stream baru.
- b. Market exposure, melebarkan jangkauan.

⁴³ Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya bakti, Bandung, 2001, Hal. 284

⁴⁴ *Ibid*, Mariam darus Basruzaman, Hal. 285

c. Menurunkan biaya.

d. Memperpendek waktu product cycle.

bagus dan kreatif agar lebih menarik orang untuk melihat proaus ditawarkan.

Faktor pendukung: menyediakan harga kompetitif, menyalaka jasa pembelian yang tanggap cepat dan ramah, menyediakan informasi barang dan Jasa yang lengkap dan Jelas, meyediakan beberapa reward bonus seperti kupon, diskon agar lebih menarik pembeli, memberikan perhatian khusus pada pembeli seperti usulan pembelian bila si calon pembeli meminta saran, serta menyediakan rasa komunitas untuk diskusi saran dan kritikan dari pelanggan. Namun dalam e-commerce Juga memiliki masalah yang biasa ditimbulkan yakni: Penipuan dengan cara pencurian identitas dan membohongi pelanggan karena dalam *e-commerce* dalam bidang hukumnya kurang berkembang.

Jadi dalam e-commerce itu sendiri perusahaan sebagai pengguna dan pelanggan harus saling mengerti dengan aturan yang ada dan harus bijak dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan maupun dibeli melalui aplikasi *e-Commerce*. Dengan menggunakan teknologi informasi, *e-commerce* dapat dijadikan sebagai solusi untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dan menghadapi tekanan bisnis. Tingginya tekanan bisnis yang muncul akibat tingginya tingkat persaingan mengharuskan perusahaan untuk dapat memberikan respon. *E-commerce* dapat meningkatkan efisiensi biaya dan produktifitas perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan perusahaan yang konsisten.

Dari berbagai delinisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat Kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan memperlihatkan bahwa e-commerce mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Terjadinya transaksi antar dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut

Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.

B. Profil Shopee dan *ShopeePay*

Saat ini kita bisa belanja online lewat aplikasi Shopee, disana tersedia barang-barang yang kita cari dan dijual dengan harga yang relatif murah dibandingkan toko biasa.

Shopee secara resmi diluncurkan di Indonesia pada tahun 2015. Platform ini menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman, praktis. *Chief Executive Officer Shopee* mengatakan bahwa Shopee merupakan platform belanja online yang mengusung konsep sosial, dimana penggunaanya tak hanya berfokus

pada jual beli saja, tetapi juga bisa berinteraksi sesama pengguna lewat fitur pesan instan langsung.

Shopee merupakan perusahaan e-commerce yang berada di bawah naungan Garena (berubah nama menjadi Sea Group), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis *Consumer to Consumer* (C2C) *Mobile Market Place*, Shopee resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia⁴⁵

Sasaran pengguna Shopee merupakan generasi muda yang terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan menggunakan gadget termasuk dalam kegiatan berbelanja. Oleh karenanya, Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. Adapun kategori produk yang ditawarkan Shopee seperti, produk fashion, perlengkapan rumah tangga, elektronik dan lainnya. Adapun mengenai visi Shopee yaitu “menjadi *mobile Market Place* nomor 1 di Indonesia” sedangkan misinya “mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

Shopee menawarkan berbagai macam produk kebutuhan wanita dan pria yang sesuai dengan gaya fashion di Indonesia. Hal yang menarik dari Shopee yakni barang yang di tawarkan merupakan barang yang sedang trend saat ini, sehingga Shopee selalu mengikuti gaya fashion pria dan wanita yang semakin modern. Barang yang ditawarkan seperti, pakaian wanita, pakaian pria, alat elektronik, perlengkapan rumah tangga hingga kebutuhan olahraga, makanan

⁴⁵ Tim Shopee, “*Tentang Shopee*”

minuman, voucher, perlengkapan bayi, serba-serbi. Hingga saat ini Shopee menawarkan 26 kategori produk.

Shopee memberikan layanan kepada penjual dan pelanggan. Para penjual dimudahkan untuk menawarkan barang yang di produksi untuk dipasarkan kepada konsumen dengan klasifikasi barang sesuai dengan kategori produk yang di tawarkan. Shopee juga memudahkan para pelanggan dengan pengiriman barang menggunakan jasa kirim yang telah melakukan kerja sama dengan Shopee, seperti JNE, JNT, si cepat dan lain-lain. Dengan adanya layanan tersebut, pelanggan dapat memantau proses barang yang dibelinya mulai dari proses pembelian, pembayaran, pengiriman, serta pelanggan diberikan fasilitas untuk berinteraksi langsung dengan penjual melalui jendela obrolan yang ada dalam website Shopee tersebut.

Shopee Indonesia menerapkan sistem layanan jual beli interaktif antara penjual dan pembeli melalui fitur live chat. Shopee menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui transfer bank, Indomaret, Kredivo, hingga kartu kredit. Selain itu, tersedia juga dompet elektronik, Shopee pay yang dapat menyimpan seluruh dana, baik dari penjualan atau pembelian. Shopee Indonesia juga memiliki fitur “koin Shopee”, yaitu koin virtual yang diperoleh dari hasil pembelian barang dengan promo tertentu dengan sistem cashback. “koin Shopee” dapat ditukar dengan diskon saat pembelian barang berikutnya⁴⁶

Shopee mengeluarkan dompet digital atau uang elektronik dengan Nama *ShopeePay* dimana *ShopeePay* merupakan fitur layanan uang elektronik yang ada

⁴⁶ Tim Wikipedia, “*Shopee Indonesia*”, dikutip dari www.wikipedia.org, diakses pada 5Jni 2021

di Shopee, sebuah metode pembayaran virtual yang telah disediakan Shopee ini , dimana untuk bisa menggunakannya pembeli harus isi saldo terlebih dahulu.

Jika saldo mencukupi maka anda bisa pilih *ShopeePay* sebagai alat pembayaran terhadap pesanan yang kamu lakukan selain itu layanan pembayaran ini juga sudah dapat digunakan di toko offline yang sudah bekerjasama. pengguna wajib melakukan registrasi dengan cara mengunduh aplikasi Shopee dan membuat akun di dalamnya.

Tak sampai di situ saja, *ShopeePay* perlu di aktivasi, caranya;

- Jika sudah mengunduh aplikasi Shopee dan melakukan pendaftaran
- Silahkan Kita buka aplikasi Shopee dan masuk ke halaman saya kemudian buka menu *ShopeePay*.
- Selanjutnya untuk memproses aktivasi dari pembayaran tersebut, kita harus menyetujui Syarat dan Ketentuannya terlebih dahulu.
- Kemudian akun kita akan menerima kode verifikasi yang dikirimkan ke nomor posel yang kita gunakan untuk melakukan pendaftar.
- Masukkan kode tersebut di laman yang ditujukan.
- Klik lanjut dan sekarang atur PIN yang Kita miliki.
- Pastikan PIN tersebut bisa di ingat dan jangan beritahu siapapun.

Cara Isi Saldo *ShopeePay*

Setelah melakukan pendaftaran dan aktivasi, sebenarnya masih ada langkah yang krusial dan wajib, yaitu verifikasi. Tapi jika Anda tidak memverifikasikan Sobat juga sudah dapat menggunakan *ShopeePay* untuk alat pembayaran namun

dengan nominal pengisian terbatas dan juga tidak dapat ditarik kembali ke Rek Bank.

Untuk itu sebaiknya lakukan verifikasi segera untuk mendapatkan fitur yang lebih luas. Caranya akan saya sampaikan di akhir artikel ini, karena pada pembahasan di sini saya akan memberikan cara untuk melakukan pengisian saldo *ShopeePay* dengan mudah.

Untuk pengisian Saldo *ShopeePay*, Sobat bisa menggunakan berbagai macam cara karena pihak Shopee sudah bekerja sama dengan berbagai bank di Indonesia, dan juga berbagai mercant seperti Indomart dan Alfamart, sehingga pengisian saldo menjadi lebih mudah.

Cara melakukan pengisian saldo *ShopeePay* menggunakan virtual Account dari berbagai macam bank Selanjutnya lakukan pembayaran dari ATM, Internet banking atau lainnya, atau bisa memilih salah satu cara.

Adapun syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh PT.Shopee Indonesia mengatur pemakaian jasa terkait penggunaan situs *Shopee.co.id*, antara lain meliputi: definisi, akun, password dan keamanan, transaksi penjualan, penataan etalase, komisi, harga, tarif pengiriman, konten, jenis barang, gold merchants, kartu kredit, bentuk promosi, pengiriman barang, penarikan dana, pusat resolusi, ketentuan lain, penolakan jaminan dan batasan tanggung jawab, pelepasan, ganti rugi, pilihan hukum dan pembaharua

BAB III

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tanggung Jawab dari E-Commerce Dalam Penyelesaian Pengembalian Dana Belanja Online

Sebagai pelaku transaksi elektronik, Shopee tunduk kepada tata aturan hukum yang berlaku di dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Terdapat aturan dalam pasal 17 UU ITE yang menyebutkan bahwa: “Para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung”.

Adanya perlindungan konsumen agar segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Artinya perlindungan konsumen merupakan perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen dari berbagai sengketa ataupun permasalahan karena merasa dirugikan oleh para pelaku usaha.

Secara umum dan mendasar hubungan antara pelaku usaha (perusahaan penghasil barang dan/atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir dari barang dan/atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan

konsumen, tidak mungkin pelaku usaha dapat menjamin kelangsungan usahanya, sebaliknya konsumen kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi pelaku usaha⁴⁷

Maka dalam hal ini konsumen dapat mengajukan tuntutan berupa kompensasi/ganti rugi kepada pelaku usaha. Kompensasi tersebut menurut Pasal 19 ayat 2 UUPK meliputi pengembalian sejumlah uang, penggantian barang atau jasa sejenis yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan.

Bentuk-bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha dapat digolongkan menjadi:

a. *Contractual Liability*

Pertanggung jawaban kontraktual adalah tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau memanfaatkan jasa yang diberikannya. Dalam hal terdapat hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen mengenai kesepakatan pada program investasi melalui internet, maka tanggung jawab pelaku usaha disini didasarkan pada *contractual liability* (pertanggung jawaban kontraktual).⁴⁸

Pada perjanjian atau kontrak antara pelaku usaha dengan konsumen hampir selalu menggunakan perjanjian standar baku yang diberikan oleh pelaku usaha. Tujuan penggunaan klausula baku dalam kegiatan bisnis sebenarnya adalah untuk menghemat waktu dalam setiap kegiatan jual beli, amat tidak efisien apabila setiap terjadi transaksi jual beli antara pihak penjual dan pembeli, mereka

⁴⁷ Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Grasindo. Hal. 221

⁴⁸ Janus Sidabalok, *Op.Cit.*, hal.101.

membicarakan mengenai isi kontrak jual beli. Oleh karena itu, dalam suatu kontrak standar dicantumkan klausul-klausul yang umumnya digunakan dalam kontrak jual beli.

Dalam *E-Commerce*, penggunaan klausula baku adalah hal yang mutlak. Karena dalam *e-commerce* para pihak tidak berinteraksi secara langsung melainkan berinteraksi menggunakan media elektronik, salah satunya adalah Internet. Saat konsumen hendak membeli suatu barang pada suatu website, maka penjual akan menyodorkan suatu perjanjian (*terms and condition*) yang berisikan mengenai persyaratan-persyaratan seperti layaknya perjanjian-perjanjian jual beli pada umumnya. Perjanjian (*term and condition*) inilah yang dapat dikategorikan sebagai klausula baku, karena isi dari perjanjian tersebut ditetapkan secara sepihak oleh Pihak Penjual (*Merchant*).

Berhubung isi kontrak baku telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha, maka umumnya isi kontrak baku tersebut akan lebih banyak memuat hak-hak pelaku usaha dan kewajiban-kewajiban konsumen, daripada hak-hak konsumen dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha. Ketentuan semacam ini dalam kontrak baku disebut klausula eksonerasi yang pada umumnya sangat memberatkan atau bahkan cenderung memberatkan konsumen.⁴⁹

Agar tercipta kedudukan yang seimbang antara konsumen dan produsen maka mengenai standar pembuatan klausula baku telah diatur dalam Pasal 18 UUPK.

⁴⁹ Hendro Purba, Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian yang Dialami Konsumen E-Commerce, dalam Jurnal Hukum Vol.III No.1 Maret 2017, hal.21.

b. *Product Liability*

Bentuk tanggung jawab ini adalah tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggung jawaban produk tersebut didasarkan pada perbuatan melawan hukum (*tortious liability*). Unsur-unsur dalam *tortious liability* antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan kausalitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul. Jadi, *product liability* dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggung jawaban produk. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan “pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

c. *Professional Liability*

Dalam hal ini terdapat perjanjian (*privity contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, dimana prestasi pelaku usaha dalam hal ini sebagai pemberi jasa tidak terukur sehingga merupakan perjanjian ikhtiar yang didasarkan pada itikad baik, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada pertanggungjawaban profesional ini menggunakan tanggung jawab langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikannya. Sebaliknya ketika hubungan perjanjian (*privity of contract*) tersebut merupakan prestasi yang terukur sehingga

merupakan perjanjian hasil, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada pertanggung jawaban profesional yang menggunakan tanggung jawab perdata atas perjanjian atau kontrak (*contractual liability*) dari pelaku usaha sebagai pengelola program investasi apabila timbul kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikan.

d. *Criminal Liability*

Yaitu pertanggung jawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara. Dalam hal pembuktian, yang dipakai adalah pembuktian terbalik seperti yang diatur dalam Pasal 22 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa:

“Pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 UUPK, yaitu kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami konsumen merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan dalam melakukan pembuktian”.

Jadi, kedudukan tanggung jawab perlu diperhatikan, karena mempersoalkan kepentingan konsumen harus disertai pula analisis mengenai siapa yang semestinya dibebani tanggung jawab dan sampai batas mana pertanggung jawaban itu dibebankan kepadanya. Tanggung jawab atas suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau industri, dalam pengertian yuridis lazim disebut sebagai *product liability*.

Mengenai transaksi perdagangan secara elektronik, tidak terlepas dari konsep perjanjian secara konvensional sebagaimana termuat dalam Pasal 1313 KUHPerdata yang menegaskan bahwa: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan

dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”

Perjanjian atau kontrak yang dilakukan oleh pihak penjual dan pihak pembeli dalam jual-beli secara online di Shopee dilakukan secara kontrak elektronik. Mengenai kontrak secara elektronik tersebut diatur juga dalam Pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, yang isinya sebagai berikut:

1. Transaksi elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak
2. Kontrak elektronik 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
 - d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundangundangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Suatu transaksi Online juga merupakan suatu perjanjian jual-beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *E-Commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan.

Pada Penelitian yang telah dilakukan antara Pihak Penjual dan Pembeli dalam situs belanja Online Shopee juga melakukan sebuah perjanjian. Pelaksanaan perjanjian tersebut dapat terwujud melalui:

1. Shopee merupakan sebuah situs *e-commerce* yang menggunakan media elektronik. Oleh karena itu, para pihak yang melakukan transaksi jual beli harus menyetujui terlebih dahulu untuk menggunakan sistem elektronik yang disepakati, sistem elektronik yang disepakati dalam hal ini adalah penggunaan website. Oleh karena itu, antara Pihak Penjual dan Pembeli dalam situs belanja Online Shopee juga melakukan sebuah perjanjian. Pelaksanaan perjanjian tersebut dapat terwujud melalui: *www.Shopee.co.id* sebagai perantara sekaligus sebagai pihak ketiga.⁵⁰

Pihak Penjual harus mendaftarkan diri dan tokonya terlebih dahulu di situs Shopee dengan menyertakan data yang sebenarnya tanpa ada rekayasa, dan kemudian pihak Shopee akan mensortir dan memverifikasi data tersebut. Kemudian apabila pihak Shopee menganggap bahwa data-data calon Penjual tersebut telah valid dan layak, pihak Shopee akan menyetujui permohonan Penjual untuk membuka tokonya di situs Shopee.

51

Melalui verifikasi data oleh pihak Shopee tersebut, maka dapat membantu para calon Pembeli dalam mempercayai keaslian toko yang ada pada situs Shopee tersebut, walaupun dalam implementasinya masih banyak terdapat toko-toko palsu yang lolos verifikasi oleh Shopee.

⁵⁰ Ilham Karyadi, Pelaksanaan Transaksi Elektronik, dalam Jurnal Hukum Vol.III No.1 Desember 2017, hal.21.

⁵¹ Tim Shopee, "terms and condition", dikutip dari *www.Shopee.co.id*, diakses pada 5 Mei 2021.

Konsumen Shopee juga dituntut untuk mendaftarkan diri dengan data yang sebenar-benarnya, dan harus melalui tahap verifikasi oleh Shopee.

2. Dalam proses penjualan barang, pihak Penjual akan meng upload barang jualannya dengan ketentuan untuk mengupload beberapa gambar dari berbagai sudut, guna memudahkan calon pembeli untuk meneliti barang yang akan dibelinya. Pihak Penjual juga dituntut untuk memberikan keterangan yang serinci-rincinya akan barang yang diperjualkan melalui pecantuman harga, kondisi, ukuran, warna, dan detail lain yang selengkap-lengkapnyanya. Pencantuman detail tersebut akan memudahkan Pembeli dalam mengetahui kondisi barang yang akan dibelinya sehingga apabila dikemudian hari terdapat perbedaan spesifikasi barang antara yang tertera di website dan kondisi aslinya, Pembeli dapat melakukan tuntutan atas penggantian barang.
3. Calon Pembeli dapat menanyakan mengenai barang yang akan dibeli, berkaitan dengan ketersediaan stok, detail barang, dan hal lainnya melalui fitur chat yang disediakan oleh Shopee. Pihak Penjual akan menanggapi pertanyaan Pembeli tersebut dengan selengkap-lengkapnyanya.
4. Apabila Pihak Pembeli telah setuju untuk membeli suatu barang, maka Pembeli harus menekan tombol yang bertuliskan “*checkout*” dan barang tersebut akan dimasukkan ke dalam keranjang belanja. Kemudian transaksi dilanjutkan dengan pengisian data diri lengkap beserta alamat yang akan dituju, serta pemilihan opsi pengiriman dengan berbagai ekspedisi yang telah menjadi rekan Shopee. Pilihan ekspedisi yang

tersedia terdiri dari; JNE, J&T, dan Go-Send. Pembeli bebas menentukan pilihan ekspedisi yang akan digunakan. Apabila pembeli telah memilih jasa ekspedisi yang akan digunakan, proses akan dilanjutkan dengan perhitungan total belanja beserta ongkos kirim.

5. Mengenai proses pembayaran, Shopee menyediakan berbagai macam opsi dalam melakukan pembayaran, antara lain: Melalui rekening Bank BCA, Mandiri, BNI, BRI, kartu kredit, dan pembayaran tunai di gerai Indomaret. Dana yang nantinya akan dibayarkan pembeli akan masuk ke rekening Shopee, dan tidak langsung dibayarkan ke Penjual. Shopee akan menyalurkan dana dari Pembeli ke Penjual apabila barang telah sampai ke tangan Pembeli.
6. Apabila Penjual telah menerima rincian pembelian beserta pembayaran dari Pihak Pembeli, Penjual harus dengan segera (paling lama 3 hari) mengirim barang tersebut. Apabila dalam jangka waktu 3 hari Pembeli tidak mengirimkan barangnya dan tidak melakukan konfirmasi kepada Pembeli, maka dana yang telah dibayarkan pembeli akan secara otomatis dikembalikan pihak Shopee ke rekening Pembeli. Pembeli yang melakukan pembayaran melalui gerai Indomaret, maka dana yang dibayarkan akan dikembalikan ke *ShopeePay* Pembeli. Pembeli dapat melakukan pelacakan akan status barangnya melalui fitur “status belanja”. Penjual dituntut untuk selalu aktif dalam mengupdate status barang Pembeli mulai dari penerimaan rincian, pemrosesan barang, hingga ke tahap pengiriman.

7. Mengenai durasi waktu pengiriman melalui ekspedisi, terdapat beberapa opsi pilihan durasi pengiriman, mulai dari satu (1) hari hingga empat (4) hari. Apabila status barang telah sampai di pihak ekspedisi, maka tanggung jawab selanjutnya mengenai durasi pengiriman akan diakomodasi oleh Pihak Ekspedisi.
8. Berkaitan dengan barang yang telah sampai, Pembeli harus melakukan konfirmasi kepada pihak Shopee bahwa barang telah sampai, agar kemudian dana dapat disalurkan ke pihak Penjual. Pembeli dapat memberikan rating untuk pelayanan yang diberikan Penjual melalui pemberian bintang dari angka satu (1) hingga angka lima (5). Pembeli juga dapat memberikan ulasan mengenai barang tersebut melalui fitur kolom komentar di dalam foto barang yang dibeli tersebut. Komentar harus ditulis dengan sejujur-jujurnya guna memberikan apresiasi dan penilaian positif terhadap barang dan pelayanan penjual, sehingga para calon pembeli dapat mempertimbangkan pembelian barang melalui ulasan yang diberikan oleh Pembeli lainnya.
9. Apabila Pembeli secara aktif memberikan ulasan-ulasan terhadap pelayanan Penjual di Shopee, maka Shopee akan memberikan reward/hadiah berupa koin Shopee yang dapat digunakan untuk pembelian barang di Shopee. Apabila barang yang dikirim Penjual tersebut terdapat kerusakan, maka Pembeli dapat menyampaikan keluhannya kepada customer care Shopee melalui email di cs@Shopee.co.id dengan menyertakan foto dari barang yang cacat tersebut. Dalam dua 2x24 (dua

kali duapuluh empat) jam pihak Shopee akan menanggapi keluhan tersebut, dan akan diteruskan kepada Penjual. Pembeli yang telah lewat dari 7 (tujuh) hari baru menyampaikan keluhannya, maka keluhan tersebut tidak dapat diproses karena jangka waktu garansi Shopee hanya berlaku selama 7 (tujuh) hari. Keluhan akan suatu barang tidak dapat dilakukan langsung oleh Pembeli ke Penjual, melainkan harus melalui Shopee, dan kemudian Shopee akan memfasilitasi kendala antara Penjual dan Pembeli tersebut.

Pihak Shopee memberikan kebijakan pengembalian barang dan dana. Ketentuan mengenai pengembalian dana telah dijelaskan dalam ketentuan layanan dimana pihak Shopee membutuhkan 3 hari untuk mengumpulkan data-data pendukung untuk memperkuat pembeli, lalu menghubungi penjual, setelah 3 hari jangka waktu yang ditetapkan pihak penjual dan pembeli tidak merespon maka Shopee akan membuat keputusan sesuai hasil investigasi.

Shopee merupakan *e-commerce* yang menjembatani penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual beli online melalui perangkat elektronik. Shopee dalam hal ini bertindak sebagai penyedia tempat, yakni berupa website untuk para Penjual membuka usahanya yang berupa toko dan bertindak sebagai pihak ketiga/perantara antara Penjual dan Pembeli. Shopee dalam hal ini dapat juga disebut sebagai *Market Place*, yaitu tempat antara konsumen dan penjual melakukan transaksinya

Setiap transaksi yang dilakukan oleh Penjual dan Pembeli akan diawasi oleh pihak Shopee, dan menjadi tanggung jawab Shopee. Tanggung jawab Shopee

bukan berbentuk penggantian barang dalam bentuk fisik, melainkan tanggung jawab Shopee tercermin dalam hal-hal sebagai berikut, yaitu:

1. Menyediakan sarana pelaporan. Dalam hal ini, Shopee memiliki tanggung jawab untuk menyediakan sarana pelaporan yang memadai terhadap setiap keluhan konsumen. Hal tersebut telah tercermin dari pemberian fasilitas aduan 24 (duapuluh empat) jam melalui customer care Shopee di nomor 150072 atau melalui email ke cs@shoppe.co.id. Pembeli dapat menyampaikan segala bentuk keluhannya melalui contact yang tersedia dan dengan menunjukkan bukti-bukti yang valid, kemudian pihak Shopee akan menuluri keluhan tersebut.
2. Melakukan penghapusan dan pemblokiran terhadap konten terlarang. Dalam hal transaksi melalui website e-commerce, kerap kali muncul sebuah iklan (ads) yang menampilkan konten-konten negatif yang berbau pornografi, yang sangat mengganggu konsumen dalam melakukan transaksi jual beli di Shopee. Shopee memiliki tanggung jawab untuk menyaring segala jenis konten yang masuk dan melakukan pemblokiran terhadap konten-konten negatif tersebut. Konsumen Shopee juga memiliki hak untuk melakukan pelaporan kepada Pihak Shopee terkait dengan konten yang mengganggu tersebut.
3. Perlindungan terhadap data-data pribadi konsumen. Pada saat konsumen melakukan transaksi jual beli di Shopee, Shopee menghendaki setiap konsumennya untuk mengisi data-data diri yang selengkap-lengkap nya dan valid. Begitu juga halnya, ketika konsumen melakukan transaksi

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

4. Shopee memiliki tanggung jawab untuk menyeleksi Penjual-Penjual yang hendak membuka tokonya di website Shopee. Dalam hal ini Shopee menghendaki setiap calon Penjual untuk melakukan pengisian form pendaftaran dengan sebenar-benarnya, dan didukung dengan menguploadfoto KTP sebagai bukti bahwa calon Penjual tersebut merupakan individu sungguhan dan bukan Penjual “fiktif”.
5. Dalam hal Penjual yang tidak mengirimkan barangnya dalam jangka waktu yang ditentukan. Sesuai ketentuan prosedural transaksi melalui Shopee, sistem dalam Shopee akan secara otomatis menahan pembayaran yang telah dilakukan pembeli ke dalam rekening resmi Shopee (rekening ketiga) dan akan mengembalikan dana tersebut ke dalam *ShopeePay*

milik Pembeli, atau dapat langsung dikembalikan ke rekening bank milik Pembeli. Apabila dalam hal ini.

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

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

yang tidak sesuai spesifikasi, dan hendak melakukan tuntutan ganti rugi kepada Penjual, tuntutan tersebut harus dilakukan dalam jangka waktu sebelum 7 hari, karena setiap barang yang diperjual belikan dilindungi oleh garansi Shopee selama 7 hari. Apabila dalam jangka waktu lewat dari 7 hari Pembeli baru menyampaikan keluhannya, maka keluhan tersebut tidak dapat diproses, oleh karena itu Pembeli Shopee diharapkan untuk selalu menyimpan bukti invoice/nota pembelian elektronik dalam kegiatan transaksi di Shopee.

Situs belanja Online Shopee dalam hal ini tidak terlibat secara langsung dalam pemenuhan tanggung jawab akan kerugian yang dialami konsumen, tetapi jika ada suatu permasalahan terhadap barang, maka Shopee akan meneruskannya kepada pihak penjual, dan Shopee akan memfasilitasi penggantian kerugian tersebut.

Upaya perlindungan hukum konsumen dalam jual beli di Shopee diatur dalam ketentuan syarat dan layanan Shopee. Segala aturan terkait jual beli maupun penggunaan tertera pada layanan tersebut. Upaya perlindungan konsumen di Shopee terfokuskan pada pengembalian barang (*return*) dan pengembalian dana (*refund*). Jika terjadi kesalahan terhadap barang yang diterima terlebih dahulu konsumen berkomunikasi dengan penjual melalui chat yang disediakan pada platform Shopee.

Apabila akan melakukan pengembalian barang maka pihak Shopee telah memberikan prosedur pengembalian dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Selanjutnya Shopee akan mengembalikan dana pembeli apabila telah memperoleh

konfirmasi dari penjual bahwa barang yang di return telah sampai. Selain itu bentuk upaya perlindungan konsumen Shopee juga terkait dengan perlindungan data pribadi konsumen dimana hal tersebut diatur dalam ketentuan layanan. Segala informasi pribadi pembeli dan penjual yang dimasukkan pada saat menggunakan platform tersebut akan digunakan sebagaimana mestinya.

Namun bagi Konsumen yang merasa dirugikan dapat menyelesaikan sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen (Pasal 47 UUPK).

Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur non litigasi digunakan untuk mengatasi keberlikuan proses pengadilan, dalam Pasal 45 ayat 4 UUPK disebutkan bahwa: “Jika telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya itu dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa”.

Penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi dapat ditempuh melalui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha sendiri.⁵²

Pihak-pihak yang boleh mengajukan gugatan ke pengadilan dalam sengketa konsumen menurut Pasal 46 UUPK adalah:

⁵² Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hal.404

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli warisnya
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan yang tujuan didirikannya lembaga ini adalah untuk kepentingan konsumen.
- d. Pemerintah atau instansi terkait. Dengan berlakunya prinsip hukum bahwa setiap orang yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya.

Adanya ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen (*lex specialis*) membuat konsumen terhindar dari ketidakpastian hukum serta lebih menjamin keamanan dan kenyamanan bagi konsumen dalam mendapatkan barang dan/atau jasa yang diedarkan di samping itu berbagai permasalahan yang timbul antara konsumen dan pelaku usaha dapat dikurangi. Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas, yaitu:⁵³

- a. Asas Manfaat

Asas manfaat ini dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan, sehingga tidak akan ada pihak yang merasakan adanya

⁵³ Eli Wuria Dewi, *Op. Cit*, hlm. 10-12

diskriminasi. Dengan artian asas ini tidak menghendaki penegakan perlindungan konsumen menempatkan salah satu pihak.

b. Asas Keadilan

Asas keadilan ini menghendaki bahwa dalam pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen dapat berlaku adil dan seimbang dalam perolehan mendapatkan hak-haknya baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha, oleh karena itulah UUPK telah mengatur secara jelas mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki konsumen maupun pelaku usaha.

c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan ini memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Kepentingan tersebut harus diatur dan diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing agar dapat memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan serta penegakan hukum terhadap perlindungan konsumen. Dengan asas ini salah satu pihak tidak akan mendapatkan perlindungan hukum yang lebih besar.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemanfaatan, pemakaian barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya, sehingga barang atau jasa yang dikonsumsinya tidak mengancam keselamatan jiwa konsumen maupun harta bendanya.

e. Asas kepastian hukum

Negara menjamin kepastian hukum dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Oleh karena itu baik konsumen maupun pelaku usaha diwajibkan mentaati setiap pengaturan mengenai hak dan kewajiban yang terkandung dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dalam pergaulan hidup masyarakat dan kehidupan sehari-hari.

Melalui kelima asas tersebut, terdapat komitmen untuk mewujudkan tujuan perlindungan bagi konsumen sesuai Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu.⁵⁴

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d) Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

⁵⁴ *Ibid*, hlm. 13.

- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Beberapa asas dan tujuan dari adanya perlindungan konsumen tersebut jelas menunjukkan membawa misi yang sangat besar yaitu untuk mewujudkan kesetaraan, kemuliaan serta kemakmuran dalam kehidupan berbangsa dan bernegara yang terbebas dari beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pelaku usaha dan konsumen akibat barang dan jasa yang diedarkan dan/atau diperdagangkannya.

Dapat dilihat dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga telah menyebutkan hak-hak kosumen, antara lain:

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

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Terlihat dari kesembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok.

Adanya peraturan ini tentunya masyarakat sangat berharap agar baik pelaku usaha maupun konsumen saling menghargai dan menyadari akan hak dan kewajiban mereka, sehingga keduanya tidak akan ada yang merasa dirugikan oleh salah satu pihak. Hal tersebut tentunya berhubungan dengan dibutuhkanya kesadaran dan kehati-hatian seseorang konsumen dalam mengkonsumsi atau memilih barang dan/atau jasa yang diedarkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha dengan demikian konsumen telah mampu menyelamatkan atau bahkan melindungi diri sendiri atas kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha yang mungkin terjadi.

B. Penyelesaian E-Commerce Dalam Pengembalian Dana PT.Shopee Internasional Indonesia

Shopee menjadi salah satu trend belanja online di masyarakat. Kemudahan serta harganya yang terjangkau menjadi daya tarik sendiri sehingga masyarakat selaku konsumen tergiur untuk berbelanja di shopee. Berperan sebagai penyedia layanan shopee harus memperhatikan aspek konsumen termasuk kepuasan dan perlindungan konsumen.

Shopee pun memasarkan kategori barang, seperti produk kecantikan, pakaian wanita dan pria, perlengkapan traveling, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan bayi, elektronik, mainan anak, dan lain sebagainya. Shopee telah memberikan kemudahan bagi para konsumennya sehingga banyak dari konsumen Indonesia senang untuk berbelanja di Shopee.

Melalui internet dapat dilakukan suatu kegiatan, yakni berupa kegiatan jual beli yang dilakukan tanpa tatap muka antara konsumen dan pelaku usaha, serta tidak mengecualikan terjadinya kecurangan. Kelemahan tersebut termasuk syarat dan ketentuan oleh *Market Place* secara sepihak. Syarat dan ketentuan tersebut dapat dimungkinkan hanya menguntungkan *Market Place* itu sendiri dengan merugikan pihak konsumen itu sendiri dan dengan begitu pengelola situs *Market Place* dapat terhindar dari tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha dikarenakan adanya syarat dan ketentuan yang sudah tersedia di dalam situs *Market Place* tersebut.

Sebagaimana pada bab-bab sebelumnya telah disampaikan bahwa UUPK memiliki asas dan tujuan, yaitu untuk melindungi konsumen dan menghindari

terjadinya pelaku usaha berbuat tindakan sewenang-wenang guna memberikan kepastian hukum. Kendati UUPK menjamin kepastian hukum atas perlindungan konsumen, salah satu faktor utama yang menjadi kelemahan atau hambatan konsumen dalam memperjuangkan hak yaitu, dikarenakan masih rendahnya taraf kesadaran akan hak yang dimiliki.

Menurut Wawancara yang dilakukan dengan Pihak Shopee melalui fitur chat Shopee dapat dilihat bahwa konsep market place yang dimiliki Shopee memberikan suatu sistem yang dapat menjamin keamanan dan kenyamanan untuk orang-orang yang melakukan jual beli online melalui aplikasi shopee. Jual beli online melalui aplikasi shopee tentu berbeda dengan jual beli online yang dilakukan secara personal.

Shopee bukan merupakan pihak yang berjualan, namun Shopee merupakan platform perdagangan elektronik yang menyediakan lapak untuk siapapun orang yang memiliki keinginan untuk berjualan, dan membuka aplikasi secara umum untuk siapapun orang yang ingin berbelanja secara online. Tidak hanya menyediakan lapak, namun Shopee sebagai platform perdagangan online juga memberikan jaminan dan memberikan fasilitas terhadap para konsumennya yaitu pembeli dan penjual. Jaminan yang diberikan yaitu berupa jaminan keamanan berbelanja, dan fasilitas yang diberikan tentu beragam, misalnya diskon, gratis ongkir, shopee games, dan lain-lain. Proses transaksi yang terjadi di shopee, merupakan hubungan langsung antara penjual dan pembeli, tidak berkaitan dengan shopee, namun melalui Shopee.

Dengan tunduk pada syarat dan ketentuan dalam Kebijakan Pengembalian Dana dan Barang ini serta Syarat Layanan, Pembeli dapat mengajukan permohonan untuk pengembalian barang yang dibeli ("Barang") dan/atau pengembalian dana sebelum berakhirnya Masa Garansi Shopee seperti yang tercantum dalam Syarat Layanan.

Garansi Shopee adalah layanan yang disediakan oleh Shopee, atas permintaan Pengguna, untuk membantu Pengguna dalam menangani konflik tertentu yang mungkin timbul selama jalannya transaksi. Pengguna dapat saling berkomunikasi secara pribadi untuk menyelesaikan perbedaan mereka atau menghubungi pihak berwenang setempat untuk membantu mereka mengatasi sengketa yang terjadi sebelum, selama atau setelah menggunakan Garansi Shopee.

Pembeli memiliki masa garansi shopee. Garansi shopee merupakan suatu perlindungan yang diberikan oleh shopee untuk pembeli dengan cara melakukan penahanan dana yang dibayarkan oleh pembeli, hingga ada konfirmasi dari pembeli bahwa barang yang dipesan telah diterima dengan baik ataupun pihak jasa pengiriman memberikan konfirmasi bahwa pesanan sudah sampai ke lokasi pengiriman. Ketika pihak shopee mendapatkan konfirmasi tersebut, maka dana akan dikirimkan ke penjual.

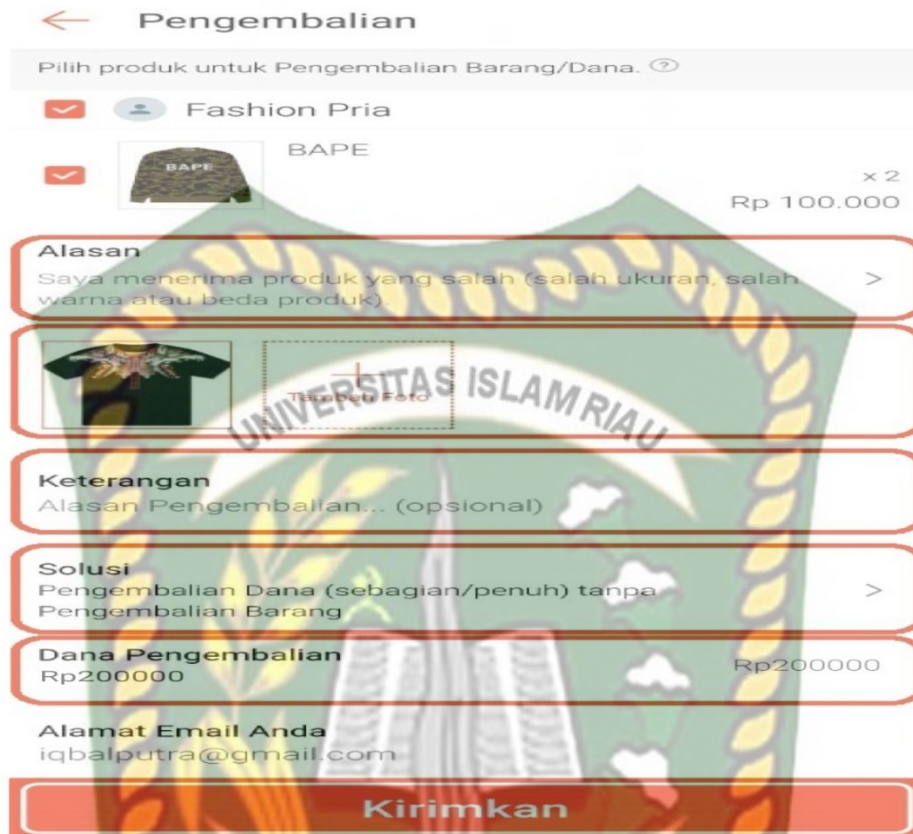
Definisi lain dari garansi shopee yaitu sebuah layanan yang disediakan oleh Shopee atau agen yang berwenang untuk melindungi pembelian. Untuk melindungi terhadap risiko tanggung jawab, pembayaran untuk pembelian yang dilakukan kepada penjual dengan menggunakan layanan akan diselenggarakan oleh shopee atau agen yang berwenang (Rekening Garansi Shopee). Penjual tidak

akan menerima bunga atau penghasilan lain dari jumlah yang telah dibayarkan ke rekening garansi shopee.

Periode garansi shopee = “Masa Pengemasan” + “Estimasi Masa Pengiriman”. Masa pengemasan adalah saat dimana penjual melakukan pengemasan terhadap barang yang dipesan, hingga diberikan oleh penjual kepada jasa pengiriman. Masa pengemasan akan berakhir secara otomatis ketika penjual melakukan konfirmasi pengiriman barang dalam aplikasi dan sistem shopee berhasil membaca resi pengiriman. Sedangkan estimasi masa pengiriman adalah estimasi waktu yang ditentukan oleh shopee untuk pengiriman barang dari jasa pengiriman hingga diterima oleh pembeli. Estimasi masa pengiriman pesanan dalam satu kota adalah 5 hari, estimasi masa pengiriman pesanan antar kota atau daerah adalah 8 hari.

Dana akan dikirimkan langsung ke penjual dalam 1 x 24 jam apabila jasa kirim telah menyatakan bahwa pesanan sudah diterima oleh pembeli, atau pembeli sudah melakukan klik pada tulisan “pesanan diterima”, atau masa garansi shopee telah habis untuk transaksi yang terdata sebagai transaksi “termasuk ongkos kirim”.

Pembeli dapat mengajukan pengembalian dana jika merasa pesanan yang diterima tidak sesuai, atau tidak lengkap. Dalam hal barang tidak sampai ataupun barang yang dikirimkan tidak sesuai atau rusak. Pembeli dapat melakukan “Klik” pada tombol “Ajukan Pengembalian Dana/Barang” maka yang terjadi adalah Shopee akan membuat Group Chat yang berisi penjual dan pembeli dan memantau percakapan para pihak atau yang disebut *Dispute Resolution Center*.



Gambar 1.0
Kolom pegajuan pengembalian Barang dan atau Dana

Dalam hal barang tidak sampai ataupun barang yang dikirimkan tidak sesuai atau rusak, pembeli dapat melakukan “Klik” pada tombol “Ajukan Pengembalian Dana/Barang” maka yang terjadi adalah Shopee akan membuat Group Chat yang berisi penjual dan pembeli dan memantau percakapan para pihak atau yang disebut *Dispute Resolution Center*. Pada proses ini Shopee akan membiarkan penjual dan pembeli untuk menyelesaikan masalah tersebut secara personal.

Apabila tidak ditemukan titik temu, maka agent dari Shopee akan masuk untuk membantu menyelesaikan masalah, dengan cara mencari tahu kronologis kejadian melalui history chat dan menyelidiki melalui bukti-bukti yang diberikan

oleh kedua belah pihak untuk dapat memutuskan mana pihak yang salah dan mana pihak yang benar.



Gambar 1.1
Kolom chat penjual dan pembeli saat pengajuan pengembalian

Dalam Dispute Resolution Center, Shopee bertindak sebagai mediator yang bertugas memediasi antara pembeli dan penjual yang pada akhirnya memberikan keputusan. Mediator dalam hal ini, bukan merupakan mediator yang 60 didefinisikan menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, namun mediator yang merupakan agent dari shopee yang dipilih dan diberi tugas oleh perusahaan shopee untuk menyelesaikan kasus-kasus yang terkait dengan transaksi.

Mediator tersebut memiliki 2 (dua) pilihan keputusan yaitu *refund* (pengembalian dana ke pembeli) dan *release* (mengirimkan uang yang ada di Rekening Bersama Shopee ke penjual).

Jika mediator mengambil keputusan *refund* (pengembalian dana ke pembeli). Maka uang yang masih disimpan di rekening bersama shopee dikembalikan kepada pembeli dalam bentuk *Shopeepay*, *Shopeepay* adalah fitur layanan uang elektronik yang dimiliki shopee yang mana dapat digunakan sebagai pembayaran online di platform shopee dan bisa juga secara offline di toko yang sudah bekerja sama dengan shopee dan dapat melakukan pembayaran menggunakan *shopeepay*. *Shopeepay* juga berfungsi untuk menampung pengembalian dana. Dana yang ada di dalam *Shopeepay* juga dapat dilakukan penarikan apabila pengguna telah melakukan verifikasi identitas.

Ada beberapa jenis pengembalian dana yang dilakukan oleh shopee yaitu Pengembalian dana untuk pesanan segera diproses sesuai metode pembayaran yang digunakan. Proses dan waktu pengembalian dana berbeda-beda untuk setiap metode pembayaran, rincian sebagai berikut:

a) *ShopeePay*

jika awal pembayaran melalui *ShopeePay* maka Pengembalian akan diproses dalam waktu 24 jam ke akun *ShopeePay*. Anda dapat menggunakan saldo *ShopeePay* untuk transaksi berikutnya atau menarik saldo *ShopeePay* apabila Anda sudah mendaftarkan nomor rekening bank Anda.

b) *SPayLater*

jika pembayaran dilakukan dengan *ShopeePaylater*, Pengembalian akan diproses dalam waktu 2x24 jam. Dana akan dikembalikan ke limit pinjaman Anda.

c) Kartu Kredit/Cicilan Kartu Kredit

Jika pembayaran melalui kartu kredit, pada Pengembalian akan diproses ke kartu yang digunakan dalam 7-14 hari kerja, tergantung pada bank penerbit kartu.

d) Akulaku

Pengembalian akan diproses dalam 1-3 hari kerja. Limit kredit akan dikembalikan ke akun Akulaku Anda.

e) *Debit Online/OneKlik/Virtual Account/Manual Bank Transfer*

jika pembayaran awal memakai debit Pengembalian akan diproses dalam waktu 24 jam ke akun *ShopeePay*.

f) Indomaret/Alfamart

Pengembalian akan diproses dalam waktu 24 jam ke akun *ShopeePay*.

Dan saat pengembalian dana kosumen akan menerima notifikasi melalui aplikasi Shopee dan email setelah pengembalian Anda diproses. Untuk melihat status pengembalian, klik Status Pesanan melalui tab Notifikasi di aplikasi Shopee.

Dan sebelum melakukan pengembalian dana Shopee menerapkan aturan yang dimana pembeli hanya boleh mengajukan permohonan pengembalian Barang dan/atau pengembalian dana dalam situasi berikut:

- a) Barang belum diterima oleh Pembeli;
- b) Barang tersebut cacat dan/atau rusak saat diterima;
- c) Penjual telah mengirimkan Barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang disepakati (misalnya salah ukuran, warna, dsb.) kepada Pembeli;
- d) Barang yang dikirimkan kepada Pembeli secara material berbeda dari deskripsi yang diberikan oleh Penjual dalam daftar Barang; atau
- e) Melalui kesepakatan pribadi dengan Penjual dan Penjual harus mengirimkan konfirmasi kepada Shopee mengenai kesepakatan tersebut.
- f) Permohonan Pembeli harus dikirimkan melalui Situs.
- g) Shopee akan meninjau setiap permohonan Pembeli kasus per kasus dan, atas kebijakannya sendiri, menentukan apakah permohonan Pembeli berhasil atau tidak.
- h) Jika Pembeli telah memulai tindakan hukum terhadap Penjual, Pembeli dapat memberikan pemberitahuan formal dari pihak yang berwenang kepada Shopee untuk meminta Shopee terus menahan uang pembelian sampai penetapan resmi tersedia. Atas kebijakannya sendiri yang mutlak, Shopee akan menetapkan apakah perlu untuk terus menahan uang pembelian tersebut.

Dan dijelaskan pada platform shopee bahwa Uang Pembeli hanya akan dikembalikan setelah Shopee menerima konfirmasi dari Penjual bahwa Penjual telah menerima Barang yang dikembalikan. Apabila Shopee tidak mendengar dari Penjual dalam jangka waktu yang ditentukan, Shopee memiliki kebebasan untuk mengembalikan jumlah yang sesuai kepada Pembeli tanpa pemberitahuan lebih

lanjut kepada Penjual. Untuk informasi lebih lanjut tentang batas waktu tanggapan Penjual, Pengembalian dana akan dilakukan ke kartu kredit atau akun *ShopeePay* Pembeli, yang mana yang sesuai.

Menurut Konsumen yang bernama Tari sebagai salah satu konsumen Shopee atau pengguna aplikasi Shopee yang sering berbelanja di Shopee. Dimana Menurut Tari banyaknya keuntungan yang di dapatkan dari belanja di Shopee salah satunya gratis ongkir dan harga yang lebih murah, shopee bertanggung jawab dan sedia membantu apabila terjadi masalah pada pembeli, sebagian besar penjual terpercaya, mudah penggunaan aplikasinya, ada promo gratis ongkos kirim. Yang membedakan shopee dengan platform perdagangan elektronik lainnya yaitu, shopee sering mengeluarkan promo gratis ongkos kirim dan proses jual belinya aman. Tari pernah mengalami 1 (satu) kali kerugian selama berbelanja di shopee. Dimana tari Beli tas. Barang yang datang adalah tas yang tidak sesuai dengan pesanan. Dimana tari memesan 2 Sunblock tas tapi hanya dikirim 1 Sunblock Kemudian Tari mengajukan resolusi ke shopee. Dalam diskusi ini tidak ditemukan jalan tengah, karena penjual tidak merespon pesan dari Tari. Akhirnya tari mengajukan photo Pesanan melalui Shopee dan Photo Packing yang hanya di kirimkan 1 Tas. Lalu setelah 3 hari waktu berdiskusi diberikan dan penjual tidak merespon, dana saya dikembalikan melalui *ShopeePay* sejumlah pengajuan pengembalian dana yang di ajukan. Tapi saya sangat menyayangkan pengembalian yang di lakukan ke *ShopeePay* dimana pada awal pembelian saya membayar melalui Banking, akibat pengembalian ke *ShopeePay* tari harus mengaktifasi terlebih dahulu *ShopeePay* di akun Shopee tersebut.



Gambar 1.2
Pengajuan Pengembalian Dana Konsumen (Tari)

Lalu selanjutnya ada Konsumen bernama Habib, yang juga memiliki akun Shopee. Dimana Habib pernah mengalami pengembalian dana karna barang yang dipesan ternyata sudah habis. Saat melakukan pembayaran Habib menggunakan pembayaran via Indomaret untuk membayar pesanan, dan saat pembatalan pesanan yang dilakukan pembeli dana tersebut dikembalikan melalui *ShopeePay*. Habib merasa harusnya ada pilihan terhadap pengembalian dana pembeli, karna mau tidak mau jika pengembalian dana dilakukan melalui *ShopeePay*, Habib akhirnya berbelanja atau memesan pesanan lain karna tidak ingin meninggalkan saldo di *ShopeePay*.

Selanjutnya konsumen bernama Wulan berbelanja di shopee satu hingga tiga kali dalam satu bulan. menurut Wulan berbelanja di shopee yaitu harga barang lebih murah, sering ada diskon, ada voucher cashback dan promo gratis ongkos kirim, dimana Wulan pernah mengajukan pengembalian dana karena barang yang dipesan tidak kunjung dikirim oleh penjual. Karena pada saat itu harbolnas, dan sudah 1 minggu pesanan tidak dikemas dan di kirim penjual. Karena masa Garansi sudah habis, akhirnya dana dari pesanan Wulan dikembalikan ke *ShopeePay*. Wulan sangat menyangkan dana tersebut di kembalikan ke *ShopeePay* karena jika melakukan pemindahan dana ke rekening Bank akan dikenakan biaya, dan butuh waktu 3x24 Jam agar dana tersebut sampai ke rekening bank. Ini sangat menyulitkan Wulan yang tidak ingin berbelanja setelah pembatalan pesanan tersebut. Harusnya Shopee mengembalikan dana sesuai itur layanan uang elektronik yang digunakan pembeli saat membayar pesanan. Karena akibat dilakukan pengembalian melalui *ShopeePay* wulan mendapat potongan karena pemindahan dana tersebut.

Dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 tentang batasan tanggung jawab penyedia platform dan pedagang perdagangan melalui sistem elektronik yang berbentuk *User Generated Content*, yang kemudian dipertegas di syarat layanan shopee. Huruf C angka (2) surat edaran menteri komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 tentang batasan tanggung jawab penyedia platform dan pedagang perdagangan melalui sistem elektronik yang berbentuk

User Generated Content, menyatakan “tanggung jawab penyedia platform *User Generated Content*, yaitu:

a. Bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam platform secara andal, aman, dan bertanggung jawab.

b. Ketentuan huruf (a) diatas tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya kesalahan dan/atau kelalaian dari pihak pedagang (*merchant*) atau pengguna platform.” Batasan tanggung jawab shopee sebagai platform *User Generated Content* yaitu bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam platform secara andal, aman, dan bertanggung jawab. Tanggung jawab shopee hanya sebatas “penyelenggaraan” sistem elektronik dan “pengelolaan” konten yang andal, aman, dan bertanggung jawab.

Sebagaimana yang dapat dilihat mengenai peraturan shopee, terdapat aturan yang cukup detail tentang penggunaan dan syarat penjualan pada platform tersebut. Hal tersebut untuk menghindari kekeliruan konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut. Adapun tujuan perlindungan konsumen yang pertama yaitu: “meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri”⁵⁵

Tujuan perlindungan konsumen yang pertama telah direalisasikan pada aplikasi shopee. Hal ini dilihat dari peraturan kebijakan yang dikeluarkan shopee sebelum konsumen mengakses aplikasi tersebut, tugas sebagai konsumen yang

⁵⁵ Republik Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, Pasal 6

cerdas yaitu membaca dan memahami serta mengerti segala ketentuan yang tertera pada peraturan sebelum melakukan pembelian.

Setiap konsumen pasti memerlukan perlindungan hukum jika mengalami permasalahan atau sengketa. Sebagaimana hak konsumen dalam UUPK yaitu hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁵⁶

Dari hasil wawancara dan kebijakan layanan tersebut diketahui bahwa shopee telah memberikan informasi yang jelas mengenai barang, harga dan lainnya. Shopee juga mmberikan hak pengembalian jika memenuhi syarat, hak untuk bertanya dan menyampaikan keluhan.

Adapun mengenai hak untuk diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hal ini berarti ketika mendownload dan menggunakan aplikasi shopee berarti telah menjadi pelanggan situs tersebut. Apabila secara sah menjadi pelanggan dari shopee konsumen harus memahami syarat dan ketentuan baik penggunaan maupun penjualannya.

Secara keseluruhan hak konsumen shopee telah mengupayakan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen sebagaimana yang diatur dalam UUPK, akan tetapi masih terdapat beberapa permasalahan yang muncul terkait dengan pembelian pada shopee misalnya, ketidaksesuain barang yang diterima pelanggan berdasarkan hasil wawancara hampir konsumen shopee mengeluh terhadap pengembalian dana yang dilakukan ke *ShopeePay*. Akan tetapi, masih

⁵⁶ Republik Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, Pasal 4

banyak konsumen yang malas mengajukan keluhan karena yang terpenting bagi konsumen dana tersebut balik ke konsumen.

Padahal jika dilihat memang benar shopee mempunyai itikad baik. Dapat dilihat pada Pasal 3 huruf C Undang-undang Perlindungan Konsumen dimana dijelaskan bahwa meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Dapat dilihat dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga telah menyebutkan hak-hak kosumen, antara lain:⁵⁷

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

⁵⁷ Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen

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

Dimana dapat dilihat pada UUPK dimana konsumen mempunyai hak kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan juga konsumen mempunyai hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.

Dalam Asas keadilan pada pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen dapat berlaku adil dan seimbang dalam perolehan mendapatkan hak-haknya baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha, harusnya pihak Shopee juga dapat mempertimbangkan hak-hak konsumen terutama hak kenyamanan konsumen.

Meskipun sistem sudah sedemikian bagus, namun tetap saja masih ada celah terjadinya masalah. Jumlah transaksi di shopee adalah kurang lebih satu hingga dua juta transaksi dalam 1 (satu) hari. Melihat banyaknya jumlah transaksi tersebut, maka apabila ada yang tidak benar pada sistem shopee, akan ada jutaan komplain yang masuk ke shopee.

Dari wawancara yang dilakukan banyaknya kosumen yang protes dengan mengajukan pengembalian dana atau barang dan akhirnya masalah dalam transaksi tersebut dapat terselesaikan dengan penyelesaian yaitu pengembalian

uang dalam bentuk *ShopeePay*, konsumen tersebut mengeluh terhadap pengembalian yang dilakukan dalam bentuk *ShopeePay*.

Menurut Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, “setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada di lingkungan pengadilan umum.”

Dapat disimpulkan bahwa sangat dimungkinkan untuk konsumen melakukan pengaduan kepada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) apabila konsumen merasa dirugikan untuk mendapat bantuan terkait penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha.

Meskipun peraturan mengenai transaksi elektronik sudah tersedia namun, pelaksanaannya masih jauh dari harapan. Penyelesaian kasus yang tidak maksimal dan juga cenderung mengabaikan hak-hak konsumen, dan banyak pula kasus yang tidak ada penyelesaiannya, hal tersebut karena konsumen lebih memilih untuk tidak mempermasalahkannya. Berperan sebagai penyedia layanan shopee harus memperhatikan aspek konsumen termasuk kepuasan dan perlindungan konsumen.

Selain dapat dilihat dari teori keadilan yang dimana dapat dikatakan tidak adil mengorbankan hak dari satu atau beberapa orang hanya demi keuntungan ekonomis yang lebih besar bagi masyarakat secara keseluruhan. Sikap ini justru bertentangan dengan keadilan sebagai fairness, yang menuntut prinsip kebebasan yang sama sebagai basis yang melandasi pengaturan kesejahteraan sosial. Oleh karenanya pertimbangan ekonomis tidak boleh bertentangan dengan prinsip

kebebasan dan hak yang sama bagi semua orang. Dengan kata lain, keputusan sosial harus dibuat atas dasar hak (*right based weight*) daripada atas dasar manfaat (*good based weight*). Hanya dengan itu keadilan sebagai fairness dapat dinikmati semua, dalam hal ini harus dipahami bahwa konsep kesamaan atau kesetaraan hak bukan dalam arti “kesamaan hasil” yang dapat diperoleh semua orang. Oleh karena itu, harus dipahami bahwa keadilan tidak selalu berarti semua orang harus selalu mendapatkan sesuatu dalam jumlah yang sama, tanpa memerhatikan perbedaan-perbedaan yang secara objektif ada pada setiap individu orang.

Tingkat kepuasan pelanggan memang akan berbeda mengenai suatu pelayanan, terkadang ada pelanggan yang sudah merasa puas dengan pelayanan tersebut dan ada pula pelanggan yang merasa bahwa pelayanannya sudah cukup baik. dalam penelitian ini dijelaskan bahwa sepenuhnya UUPK belum dapat memberikan perlindungan kepada konsumen secara keseluruhan, hal tersebut disebabkan karena keterbatasan pengertian perlindungan hak konsumen oleh pelaku usaha dan keterbatasan hak-hak konsumen dalam undang-undang tersebut.

Keharusan adanya keterbukaan informasi elektronik diatur dalam Undang-undang No: 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik keterbukaan Informasi dan UU Perlindungan Konsumen (Pasal 3 huruf d) tentang tujuan perlindungan konsumen yang salah satunya berisi tentang adanya penciptaan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Pertanggung jawaban shopee sebagai *Market Place* kaitannya dalam hal pemberian perlindungan terhadap konsumen, menurut penulis sudah bisa

dikatakan mampu memenuhi hak yang patut diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian. Meskipun tanggung jawab *Market Place* terhadap konsumen maupun pelaku usaha dalam jual beli melalui internet atau *e-commerce* memang secara spesifik belum diatur, baik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Namun, dasar pertanggung jawaban yang diatur dalam Bab VI UUPK Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, yang dijadikan Shopee sebagai ketentuan yang mengikat bagi mereka yang dikatakan sebagai pelaku usaha, dan dipetegas dengan Pasal 26 UUPK menyatakan: “Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan”. Misalnya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya akan menemukan aturan yang mengatur jual beli secara konvensional tradisional, di mana transaksi yang menemukan antara penjual dan pembeli secara langsung, sedangkan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang transaksi elektronik pada umumnya yang tidak ada penyebutan secara khusus untuk jual beli online atau *e-commerce* maupun *Market Place*.

Kelemahan inilah yang menjadi salah satu faktor yang mempersulit seberapa jauh kemudian *Market Place* harus ikut serta menjamin kerugian terhadap konsumen dalam menuntut pertanggung jawaban pelaku usaha dalam jual beli online dan tidak ada penjelasan khusus mengenai pengembalian dana atau barang yang pasti dalam Undang-undang dan termasuk dalam Pasal 17 UU ITE yang menyatakan bahwa para pihak yang melakukan elektronik wajib beritikad baik,

dan dalam kasus pengembalian dana dalam bentuk apapun termasuk dalam itikad baik, namun dalam kasus ini terdapat kendala dimana konsumen market place tidak dapat memilih metode pengembalian dana terlebih dahulu. Dan Jika konsumen yang memakai debit atau pembayaran melalui bank dan ingin melakukan pengembalian dana ke rek konsumen, maka konsumen harus mendaftarkan dulu rekening bank dan akan memerlukan proses verifikasi terlebih dahulu. Jika dilakukan pengembalian dana melalui *shopeepay* maka konsumen harus mentransfer dananya ke rekening nya masing-masing, dan akan dikenakan pemotongan biaya, jika belum mengaktivasi *ShopeePay* maka konsumen harus mengativasi terlebih dahulu dan setelah di aktivasi maka dapat dilakukan penarikan dana dari *ShopeePay* ke rekening bank konsumen.

Pada kenyataannya banyaknya konsumen yang enggan mengajukan keluhan kepada market place karena tidak mengetahui haknya dapat mengajukan keluhan, dan jikapun terjadi sengketa, konsumenpun enggan karena nominal tidak terlalu besar dan dapat diselesaikan dengan adanya itikad baik para pihak.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Sebagai pelaku transaksi elektronik, Shopee tunduk kepada tata aturan hukum yang berlaku di dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Terdapat aturan dalam pasal 17 UU ITE yang menyebutkan bahwa: “Para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung”. Harus Adanya UU yang mengatur pengembalian dana konsumen, terutama Market Place harus jelas, mengingat di Undang-undang Perlindungan Konsumen belum ada Mengatur,Sebagai perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen, Pada konsumen dapat mengajukan tuntutan berupa kompensasi/ganti rugi kepada pelaku usaha.
2. Shopee bertanggung jawab atas konsumen yang mengalami kerugian telah diatur sepenuhnya melalui syarat dan ketentuan penggunaan layanan yang dapat diakses pada situs belanja Shopee. Namun tidak ada penjelasan khusus mengenai pengembalian dana atau barang yang pasti dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen ataupun dalam UU ITE.Pada Peraturan hanya menyatakan Itikad baik. Sehiingga tidak ditentukannya secara pasti ini membuat Konsumen dapat Dirugikan.

B. Saran

1. Meskipun pada perlindungan Konsumen pada transaksi elektronik sudah diatur dan dijamin pada Undang-undang yang sebagaimana dijelaskan diatas, peran pemerintah dan masyarakat dalam pengawasan perlindungan konsumen kiranya dapat membantu konsumen dalam setiap permasalahan yang dialami. Harus dilakukannya pembaruan aturan dalam perlindungan konsumen atau dalam Transaksi Elektronik tetang cara pengembalian dana, barang atau sejenisnya secara jelas agar tidak ada pihak konsumen yang merasa dirugikan. Harus adanya Pembaruan Undang-undang tertama Undang-undang Perlidungan Konsumen Untuk mengikuti era atau zaman terutamaa pada pengembalian Dana Pembeli pada Market Place yang belum di atur hingga saat ini. adanya pembaruan agar tidak ada Kerugian terhadap Konsumen.
2. Walau shopee bertanggung jawab prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi haruslah dikedepankan agar dapat meminimalisir dampak kerugian yang mungkin timbul dikemudian hari, seharusnya pihak Shopee agar lebih peduli pada komplain atau keluhan dari konsumen mengenai pengembalian dana, dimana agar sistem pengembalian dana barang atau sejenisnya sesuai dengan keinginan konsumen, dan menyediakan pilihan kepada konsumen akan dilakukan pengembalian dana melalui shopeepay ataupun via transaksi elektronik lainnya. Seharusnya adanya Prosedur yang dapat memberikan kemudahan dan kepastian untuk konsumen terkait dengan pengembalian dana kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

Abdul Halim Barkatullah, 2017, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung : Nusamedia

Abdul kadir Muhammad, 2010, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bakti

Agus Yudha Hernoko, 2011, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, Jakarta : Kencana

Ahmadi Miru, 2013, *Prinsip - prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta : Rajawali Pers

Asril H.S., 2001, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Jakarta : Sinar Grafika

Asril Sitompul, 2004, *Hukum Internet*, Bandung : Citra Aditya Bakti

Aulia Muthiah, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif Dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta : Pusaka Baru Press

Amiruddin dan Zainal Asikin, 2014, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Bandung : Refika Aditama

Edmon Makarim, 2004, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta : Raja Grafindo Persada

Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad, 2015, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris, cet. III*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Fathul Husnan dan Java Creativity, 2015, *Buku Pintar Bisnis Online*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Firman Floranta Adonara, 2014, *Aspek-Aspek Hukum Perikatan*, Bandung :Mandar Maju

Galuh Puspaningrum, 2015, *Hukum Perjanjian Yang Dilarang Dalam Persaingan Usaha*, Yogyakarta : Aswaja Pressindo

Hans Kalsen, 2006, *Teori Umum tentang Hukum dan Negara*, Bandung : PT. Raja Grafindo Persada

Happy Susanto, 2008, *Hak - hak Konsumen jika Dirugikan*, Yogyakarta : Visimedia

Herlien Budiono, 2006, *Asas Keseimbangan Bagi Hukum Perjanjian Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bakti

Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Grasindo.

Sudjana dan Elisantris Gultom, 2016, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, CV. Keni Media, Bandung.

Taufani, S. d. (2020). *Metodologi Penelitian HukumI (Filsafat, Teori dan Praktik)* (Vols. cetakan ke-3). Depok: PT RajaGrafindo Persada.

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

Tumantra, Firman,2016, *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*, Setara Press, Malang.

Yusuf Shofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori &Praktik Penegakan Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung

Subekti R, 2002, *Hukum Perjanjian*, Jakarta : Intermasa

Sudikno Mertokusumo, 1986, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta : Liberti

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

Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum perikatan* PT. Citra Aditya bakti, Bandung

Wahana, 2006, *Apa Dan Bagaimana E - Commerce*, Jakarta : Andi Publisher

Wawan Muhwan Hariri, 2011, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum perikatan Dalam Islam*, Bandung : Pusaka Setia

Wirjono Prodjodikoro, 2000, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Bandung :
Mandar Maju

B. Perundang-undang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi
Elektronik

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

C. Journal

Aspek Hukum E-Commerce, Yosefin Mulyaningtyas, Jurnal Hukum De
Lege Lata, Vol.IV No.5 November 2015

Mengingat Dominasi Positivisme Hukum, Faisal, Jurnal Hukum Progresif,
Vol.4 No.1 November 2010.

Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen, Ali mansyur, Jurnal
Pembaharuan Hukum, Vol.II No.1 April 2015.

*Pengawasan E-Commerce dalam Undang-Undang Perlindungan
Konsumen*, Dedy Pariadi, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Vol.18 No.3 Juli
2018.

*Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian yang Dialami Konsumen
E- Commerce*, Hendro Purba, Jurnal Hukum, Vol.III No.1 Maret 2017

D. Internet

<http://www.Shopee.co.id/syarat-dan-ketentuan->

<http://www.Shopee.co.id/aturan-penggunaan>

[http://www.cnnindonesia.com/persaingan-ecommerce,](http://www.cnnindonesia.com/persaingan-ecommerce)

<http://id.wikipedia.com/Shopee-indonesia>

