

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JUAL BELI DI *E-COMMERCE* SHOPEE
(STUDI KASUS DI KOTA PEKANBARU)**

SKRIPSI

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



OLEH :

FERDY PANRIZKI

NPM : 171010052

PROGRAM STUDI : ILMU HUKUM

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022

ABSTRAK

Pelaku usaha di *e-commerce* Shopee menyediakan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya dari barang yang diperjual-belikan. Hal ini dibuktikan dengan barang yang sampai di tangan konsumen adalah barang yang sama sekali tidak sesuai. Seperti kualitas produk yang berbeda. Penjual juga tidak menanggapi pengajuan keberatan dari konsumen, dan bahkan juga tidak memberikan ganti rugi terhadap konsumen baik berupa kompensasi uang kembali atau penggantian barang. Perbuatan pelaku usaha ini bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus di Kota Pekanbaru)” membahas permasalahan sebagai berikut: 1) Bagaimana Perlindungan hukum terhadap konsumen yang menderita kerugian atas Barang Tidak Sesuai dalam perjanjian jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen 2) Bagaimana kendala dalam mendapatkan perlindungan hukum bagi konsumen yang memperoleh kerugian atas barang yang tidak sesuai dalam perjanjian jual beli online.

Tujuan dalam penelitian ini yakni: 1) Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menderita kerugian atas Barang Tidak Sesuai dalam perjanjian jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 2) Untuk mengetahui kendala dalam mendapatkan perlindungan hukum bagi konsumen yang memperoleh kerugian atas barang yang tidak sesuai dalam perjanjian jual beli online. Metode yang digunakan untuk menjawab tujuan-tujuan tersebut di atas adalah dengan menggunakan metode penelitian hukum empiris yaitu merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan observasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen tidak terlaksana dalam perjanjian jual beli online. Berdasarkan hasil penelitian, penulis menemukan fakta bahwa para konsumen tidak terlindungi haknya berdasarkan aturan hukum ini. Konsumen masih menderita kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha. Namun, pelaku usaha sama sekali tidak memenuhi tanggung jawabnya atas kerugian yang disebabkan olehnya terhadap konsumen. Banyak sekali kendala yang ditemukan dalam menerapkan perlindungan hukum terhadap konsumen. Ada berbagai faktor yang menyebabkan timbulnya kendala-kendala tersebut, baik faktor kendala dari pelaku usaha sendiri, konsumen bahkan dari aplikasi *e-commerce* Shopee. Kendala dalam mendapatkan perlindungan hukum bagi konsumen, menyebabkan perlindungan hukum bagi konsumen tidak terlaksana atau pada kenyataannya aturan hukum menegnai pelindungan konsumen ini tidak dapat melindungi konsumen karena kendala-kendala tersebut.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, *E-Commerce*, Shopee

ABSTRACT

Business actors at Shopee e-commerce provide information that does not match the actual conditions of the goods being traded. This is evidenced by the fact that the goods that arrive in the hands of consumers are completely unsuitable goods. Such as different product quality. The seller also does not respond to complaints from consumers, and does not even provide compensation to consumers in the form of money back compensation or replacement of goods. The actions of these business actors are contrary to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

In the thesis entitled "Legal Protection Against Consumers in Sales and Purchase Agreements in Shopee E-commerce (Case Study in Pekanbaru City)" discusses the following problems: 1) How is legal protection for consumers who suffer losses on goods that are not in accordance with online buying and selling agreements based on the Act Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection 2) What are the obstacles in obtaining legal protection for consumers who suffer losses on goods that are not in accordance with the online sale and purchase agreement.

The objectives of this study are: 1) To find out the form of legal protection for consumers who suffer losses on goods that are not in accordance with online buying and selling agreements based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, 2) To find out the obstacles in obtaining legal protection for consumers. who obtain losses on goods that do not comply with the online sale and purchase agreement. The method used to answer the above objectives is to use the empirical legal research method, which is a data collection technique, where the researcher makes direct observations of the research object to take a close look at the activities carried out. Methods Data collection was done by interview, questionnaire and observation.

The results of the study indicate that the form of legal protection for consumers is not implemented in online buying and selling agreements. Based on the results of the study, the authors found the fact that consumers are not protected by their rights under this rule of law. Consumers still suffer losses caused by business actors. However, business actors do not fulfill their responsibilities for the losses caused by them to consumers. In the field, the author concludes that there are many obstacles found in applying legal protection to consumers. There are various factors that cause these obstacles, both constraints from business actors themselves, consumers and even from the Shopee e-commerce application. Constraints in obtaining legal protection for consumers, causing legal protection for consumers is not implemented or in fact the law regarding consumer protection cannot protect consumers because of these obstacles.

Keywords: Consumer Protection, E-Commerce, Shopee

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkat Rahmat dan Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli di E-Commerce Shopee (Studi Kasus di Kota Pekanbaru)”**. Adapun skripsi ini dianjurkan untuk memenuhi syarat untuk mengikuti ujian komprehensif guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S-1).

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembar bab perbab skripsi ini dengan ketentuan dan ketetapan penelitian ilmiah yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dari penelitian ini. Untuk membenahi hak tersebut penulis berharap kemakluman dari para pembaca.

Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis, terima kasih atas limpahan kasih sayang yang diberikan kepada penulis, doa yang tidak pernah putus, selalu berjuang untuk memenuhi kebutuhan penulis, selalu memberikan semangat serta dukungan yang tidak pernah berhenti agar penulis dapat mewujudkan cita-cita penulis.

Penulis menyadari pula bahwa proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak turut membantu. Sehubungan dengan itu secara khusus pada lembaran ini penulis mengucapkan banyak terima kasih

kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan secara moril maupun materil dari awal sampai akhir penyelesaian skripsi ini. Ucapan Terima Kasih penulisan ucapkankan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., MCL, selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menempuh pendidikan di Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. M. Musa, S.H., M.H, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Rosyidi Hamzah, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah mengajar, mendidik dan memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Desi Apriani, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah mendidik dan memberikan arahan kepada penulis.
5. Bapak S. Parman, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah mendidik dan memberikan arahan kepada penulis.
6. Bapak Dr. Zulkarnaini Umar, S.H., M.I.S, selaku Kepala Departemen Hukum Perdata yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis sejak pengajuan judul hingga sekarang.

7. Ibu Selvi Harvia Santri, S.H., M.H, selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis pada saat perkuliahan hingga saat menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak/Ibu Pegawai Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, yang telah memberikan pelayanan kepada penulis semasa penulis menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau hingga saat penulis menyelesaikan skripsi.
10. Kepada para sahabat yang selalu menyemangati, memberikan dukungan dan berbagi cerita menyenangkan kepada penulis.

Atas segala bantuan dari segala pihak yang telah membantu, penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas semua kebaikan segala pihak yang sudah membantu penulis. Sebagai manusia biasa penulis menyadari segala kekuarangan dalam penulisan skripsi ini.

Apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini maka penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Pekanbaru, 10 April 2022
Penulis

Ferdy Panrizki

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
SERTIFIKAT ORIGINALITAS PENELITIAN	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
SURAT KEPUTUSAN PENUNJUKAN PEMBIMBING	vii
SURAT KEPUTUSAN DOSEN PENGUJI	viii
BERITA ACARA MEJA HIJAU	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka	11
E. Konsep Operasional	27
F. Metode Penelitian	28
BAB II TINJAUAN UMUM	31
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	31

B. Tinjauan Umum Tentang <i>E-Commerce</i>	44
C. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian	56
D. Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab	57
E. Gambaran Umum Kota Pekanbaru	60
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menderita Kerugian Atas Barang Tidak Sesuai Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	66
B. Kendala dalam mendapatkan perlindungan hukum bagi konsumen yang memperoleh kerugian atas barang yang tidak sesuai dalam perjanjian jual beli online	78
BAB IV PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	93
DAFTAR KEPUSTAKAAN	94
LAMPIRAN	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Secara bahasa, jual beli diartikan sebagai pertukaran, baik dengan menukarkan barang lain, maupun dengan menukarkan barang dengan barang lain atau dengan barang. Namun, dikarenakan obyek tukar-menukar pada waktu jual beli itu terbatas pada barang, maka menyewakan dan mengawinkan barang dengan fasilitas dan kesenangan adalah soal lain. Apabila berfokus pada istilah jual beli, itu adalah kombinasi dari dua kata yang berlawanan. Hal ini karena perdagangan hanya dapat dilakukan jika ada penjual dan pembeli. Penjual ialah pihak yang memiliki barang untuk ditawarkan. Pembeli ialah pihak yang membayar barang. Apabila salah satu pihak hilang, tentu jual beli tidak bisa dilakukan.¹

Seiring perkembangan zaman, maka teknologi juga semakin maju. Dengan kemajuan teknologi, kebiasaan jual beli masyarakat telah berubah, dan orang-orang yang sebelumnya jual beli secara langsung atau judi tatap muka perlahan-lahan menjadi mode baru, yaitu jual beli cara baru berdagang atau berjualan online atau transaksi online yang berguna untuk menarik minat konsumen untuk berbelanja, banyak vendor toko online yang berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara dan memanfaatkan peluang belanja online yang saat ini diminati oleh masyarakat Indonesia. Beberapa orang menikmati

¹ Prospeku, "Hukum Jual Beli: Pengertian, Pembagian, dan Syarat Sah", diakses dari <https://prospeku.com/artikel/hukum-jual-beli---2605>, 2021. Pada 18 Agustus 2021.

kenyamanan berbelanja, sementara yang lain memanfaatkan lingkungan yang diciptakan dengan melakukan bisnis online.²

Dunia Elektronik saat ini berkembang cukup pesat, hal ini dikarenakan pengaruh globalisasi terhadap dunia. Sistem jual beli ini pada dasarnya sama dengan akad jual beli konvensional, dimana penjual dan pembeli tidak harus saling berhadapan. Dengan perkembangan Internet dan perubahan perilaku orang, *e-commerce* telah menjadi sesuatu yang baru. Jual beli online, juga dikenal sebagai *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* ialah menggunakan komputer dan browser web dengan jaringan internet untuk menjual serta membeli barang.

Jual beli online (*E-commerce*) mencakup semua proses pengembangan pelanggan, pemasaran, penjualan, pengiriman, layanan, dan pembayaran yang didukung oleh jaringan mitra bisnis yang luas. Sistem yang digunakan saat menggunakan *e-commerce* sangat bergantung pada Internet, dan basis pengguna yang sangat potensial terus tumbuh dari tahun ke tahun. *E-commerce* sudah ada di Indonesia sejak tahun 2000-an. Namun, pada tahun 2014, penggunaan *e-commerce* hanya meluas di kalangan masyarakat umum. Hal ini telah dibuktikan oleh banyak *start-up* Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, Blibli dan Shopee. Pesatnya perkembangan *e-commerce* telah mendorong orang untuk berbelanja online di situs *e-commerce*, antara lain biaya rendah, kualitas produk, keandalan,

² Rizki Amelia Kadir, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dalam Hukum Islam", *Skripsi*, 2020, hlm. 1.

kemampuan perdagangan yang beragam, dan banyak faktor lain berdasarkan kebutuhan individu yang berbeda.³

Suatu kontrak dapat dikatakan sah pada dasarnya mengacu pada persyaratan yang terdapat di KUHPerdara. Persyaratan yang terdapat dalam pasal 1320 KUHPerdara tentang syarat-syarat yang diperlukan untuk sahnya suatu perjanjian yakni :⁴

“Pasal 1320 KUHPerdara untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

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

Adanya kontrak dalam bentuk kesepakatan dan para pihak yang memenuhi syarat merupakan syarat subjektif dari kontrak. Jika kondisi subjektif tidak terpenuhi, salah satu pihak dapat meminta pembatalan. Di sisi lain, yang khusus dan persyaratan untuk penyebab halal adalah syarat objektif kontrak. Jika syarat objektif kontrak tidak terpenuhi, kontrak dinyatakan tidak sah.

Agar dapat dikatakan sahnya suatu perjanjian, selain wajib memenuhi unsur-unsur yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdara, juga wajib Asas Kejujuran. Asas kejujuran ini pada hakikatnya ialah dasar yang harus dipenuhi dalam kehidupan tidak hanya dalam perjanjian dan jual beli. Apabila asas ini tidak terlaksana dengan baik sesuai dengan Pasal 1320-1329 KUHPerdara, maka perjanjian tersebut dianggap tidak sah atau cacat sehingga tidak dapat dilanjutkan. selain itu dalam perjanjian juga harus ada itikad baik anatar apara pihak yang

³ Alvin Edgar Permana, “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal TEKNOINFO*, Vol. 15, No. 1, 2021, hlm. 32.

⁴ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

terikat perjanjian, sehingga dapat mempercayai satu sama lain, serta juga dapat mempertanggungjawabkan perbuatannya satu sama lain.⁵

Kegiatan perdagangan online (*E-commerce*) ini diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di Indonesia saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang cukup baik karena menyangkut aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan Makmur.⁶

Pengertian perlindungan terhadap konsumen terdapat pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁷

Salah satu fungsi hukum adalah untuk memberikan perlindungan kepada warga masyarakat, terkhusus yang berada dalam status lemah akibat tidak seimbangannya hubungan hukum. Begitulah halnya dengan Hukum Perlindungan Konsumen untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang tidak jujur. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Hukum Perlindungan Konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah

⁵ Selvi Harvia Santri & Rahdiansyah, “Prinsip *Utmost Good Faith* Dalam Perjanjian Asuransi Kerugian”, *UIR Law Review*, Vol. 1, No. 1, April 2017, hlm. 80.

⁶ Erman Rajagukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 12.

⁷ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.⁸

Perlindungan konsumen melibatkan beberapa bidang dalam transaksi jual beli. Salah satunya adalah departemen hukum. Hukum dalam masyarakat selalu berkembang secara dinamis sejalan dengan kemajuan masyarakat itu sendiri. Hukum memiliki arti yang besar dalam masyarakat. Hukum berusaha mengatur kehidupan masyarakat dengan cara yang melindungi kepentingan masyarakat. Perhatian khusus diberikan pada undang-undang perlindungan konsumen karena berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah berperan dalam pengaturan, pengawasan dan pengendalian, menciptakan suatu sistem yang saling berhubungan dan bermanfaat untuk mencapai tujuan kesejahteraan umum masyarakat.⁹

Konsumen mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/ UUPK) menyatakan bahwasanya “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.¹⁰

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) karena bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen

⁸ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesai Sengketa Konsumen (BPSK)*, Mataram: UB Press, 2011, hlm. 42.

⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm. 3.

¹⁰ Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, meskipun di dalamnya tidak secara khusus mengatur transaksi online selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, tetapi juga demi menumbuhkan kesadaran pelaku usaha agar tidak melakukan penipuan terhadap konsumen. Dengan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha. UUPK menjadi regulasi yang secara khusus mengatur tentang kegiatan jual beli online diperlukan karena tidak hanya dapat memberikan perlindungan bagi konsumen tetapi juga pelaku bisnis online.

Sistem *e-commerce* juga memiliki kelemahan yaitu, ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, rentan aksi penipuan dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirim sejumlah uang yang disepakati tetapi barang yang di beli tidak di kirim, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi mulai dari, pembayaran menggunakan kartu kredit milik orang lain (pembajakan), akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*), perusakan website sampai dengan pencurian data.¹¹

Salah satu *e-commerce* terbaik di Indonesia adalah Shopee. Shopee Indonesia adalah salah satu pusat perbelanjaan yang dikelola oleh Sea Group, dan di Indonesia dikelola oleh PT. Shopee Indonesia. Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopee tertarik untuk ikut meramaikan industri ini. Shopee merupakan aplikasi *mobile marketplace* pertama bagi

¹¹ Tim BPKN, "Kajian Perlindungan E-commerce di Indonesia", *Position Paper Kajian Perlindungan Konsumen E-Commerce di Indonesia*, hlm. 1.

konsumen-ke-konsumen (C2C) yang siap menawarkan kemudahan dalam jual beli.¹²

Shopee merupakan *e-commerce* terbaik di Indonesia, tetapi masih banyak konsumen yang merasa kecewa karena telah berbelanja di Shopee. Hal ini dikarenakan beraneka ragam persoalan yang kerap terjadi, misalnya: 1) terjadinya wanprestasi atau barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan pesanan, maksudnya barang yang sampai tidak sesuai dengan deskripsi dan foto produk. 2) Pengemasan barang yang tidak aman dan terkesan asal-asalan menyebabkan barang rusak. 3) Penjual yang kurang responsif atau respon penjual sangat lama. Seharusnya, pihak pelaku usaha/penjual secara online, dalam menawarkan barang diinternet harus menampilkan atau menyediakannya secara elektronik, serta wajib untuk memberikan informasi secara lengkap dan benar terkait syarat-syarat kesepakatan yang terdapat di keterangan gambar atau pada bagian deskripsi di bawah gambar yang ditawarkan.

Terkait wanprestasi yang dilakukan oleh penjual, dapat dibuktikan dengan video *unboxing* atau vidio pembukaan barang dari kemasannya secara lengkap. Dari situlah dapat dibuktikan barang tersebut sesuai dengan deskripsi yang dijelaskan pada foto produk yang dipajang oleh penjual. Selain vidio, juga dapat dibuktikan melalui foto produk yang diterima lalu dibandingkan dengan deksripsi yang diperjanjikan oleh Penjual. Pembeli dapat menangkap layar (*capture*)

¹² Marketeers, "Digital Inilah Kelebihan Aplikasi Belanja Shopee", 2015, diakses dari <https://www.google.com/search?q=marketeers+2015+Inilah+Kelebihan+Aplikasi+Belanja+Shopee&oq=marketeers+2015+Inilah+Kelebihan+Aplikasi+Belanja+Shopee&aqs=chrome..69i57j0i546l5.8911j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>, pada 17 Juli 2021.

deskripsi produk dalam foto barang yang dipajang oleh penjual. Biasanya penjual akan menjelaskan merek produk, ukuran produk, bahan produk, keunggulan produk, warna produk. Selain itu penjual juga menuliskan catatan untuk pengajuan komplain dari pembeli, berapa lama waktu proses komplain pembelian, dan sebagainya. Hal-hal tersebutlah yang dapat menjadi bukti kuat dari pembeli terhadap wanprestasi yang dilakukan oleh Penjual.

Pasal 8 Ayat (1) huruf f Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa: “Pelaku Usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”.¹³

Peraturan mengenai transaksi elektronik juga termaktub dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. PP PSTE menjelaskan bahwa suatu transaksi jual beli secara online tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang sah serta bisa dipertanggungjawabkan.¹⁴ Apabila konsumen menyetujui membeli barang secara online dengan cara melakukan klik persetujuan atas transaksi, hal itu ialah bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan bentuk persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Tindakan penerimaan ini pada umumnya didahului dengan pernyataan persetujuan atas syarat dan ketentuan jual beli secara online yang bisa disebut sebagai salah satu bentuk Kontrak Elektronik (Pasal 1 angka 17

¹³ Pasal 8 Ayat (1) huruf f Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik).¹⁵

Pasal 49 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa “Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi”.¹⁶ Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko online tersebut (sebagai bentuk penawaran), pembeli (konsumen) dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata atas terjadinya wanprestasi pada transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual.¹⁷

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Permasalahan yang terjadi di antara konsumen dengan pelaku usaha Shopee bertentangan dengan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, karena pelaku usaha di *e-commerce* Shopee menyediakan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya dari barang yang diperjual-belikan. Hal ini dibuktikan dengan barang yang sampai di tangan

¹⁵ *Ibid*, Pasal 1 angka 17.

¹⁶ *Ibid*, Pasal 49 ayat (3).

¹⁷ Cindy Aulia Khotimah & Jeumpa Krisan Crisan Chairunnisa, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*)”, *Business Law Review: Volume One*, 14-20, 2016, hlm. 17.

konsumen adalah barang yang sama sekali tidak sesuai. Seperti kualitas produk yang berbeda. Para konsumen kota Pekanbaru yang menjadi responden dalam penelitian ini mengatakan bahwa barang dalam hal ini contohnya sepatu yang diperjanjikan oleh penjual berbahan asli kulit sapi, namun kenyataannya berbahan kulit sintetis (buatan), warna barang yang tidak sesuai dengan pesanan, kualitas produk yang buruk tidak sesuai dengan yang diperjanjikan penjual bahwa produk berkualitas tinggi, jumlah barang yang dikirim tidak sesuai dengan jumlah pesanan. Terdapat pula kendala lain dimana dalam kebijakan perjanjiannya konsumen harus mengirim pesan terhadap penjual terlebih dahulu apabila menemukan kecacatan pada produk, namun setelah konsumen mengirimkan pesan, penjual tidak juga merespon pesan tersebut. Sementara dalam keterangan kebijakan toko tersebut, penjual akan cepat merespon apabila ada pengajuan komplain oleh konsumen dalam pesan yang dikirimkan.

Perihal kejadian yang menimpa konsumen ini, sama sekali tidak mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana mestinya yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Transaksi Elektronik. Dimana Pelaku Usaha sama sekali tidak bertanggungjawab atas pelanggaran yang telah dilakukannya dalam transaksi jual beli di *e-commerce* Shopee tersebut. Selain memberikan informasi yang tidak benar terkait produk yang diperdagangkannya, Penjual juga tidak menanggapi pengajuan keberatan dari konsumen, dan bahkan juga tidak memberikan ganti rugi terhadap konsumen baik berupa kompensasi uang kembali atau penggantian barang. Hal ini jelas-jelas telah melanggar aturan yang terdapat dalam Berdasarkan Pasal 8 Ayat (1) huruf f

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dimana Pelaku Usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Selain itu dalam “Pasal 8 ayat (1) butir (A-J) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” menyatakan bahwa “pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan, tidak sesuai dengan takaran dan ukuran, tidak sesuai dengan kondisi, mutu dan jaminan, dan tidak mencantumkan informasi penggunaan dalam bahasa Indonesia sesuai dengan peraturan perundangan”.¹⁸

Selain melanggar aturan mengenai kewajibannya selaku pelaku usaha, ia juga melanggar aturan mengenai hak-hak konsumen yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Melalui “Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat dalam Pasal 4, menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen, yakni :¹⁹

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

¹⁸ Pasal 8 Ayat (1) butir (A-J) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁹ *Ibid*, Pasal 4.

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

Adanya aturan mengenai transaksi elektronik dan aturan mengenai perlindungan konsumen, belum terlaksana dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari fenomena yang terjadi dalam penelitian ini mengenai transaksi jual-beli online ini. Penyelesaian kasus yang tidak maksimal dan juga hak-hak konsumen sering diabaikan. Sebagian besar kasus yang tidak selesai, hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih untuk tidak memperlmasalahkannya. Selain itu, tahapan penyelesaian permasalahan terkesan berbelit-belit seperti dalam pengajuan *komplain* (keluhan) oleh konsumen yang tidak ditanggapi dengan cepat oleh penjual. Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya sebagai konsumen dan perlindungan konsumen menyebabkan konsumen menjadi pasrah menerima kerugian dari persoalan yang terjadi. Tidak terpenuhinya hak-hak konsumen mengenai kenyamanan memperoleh barang, mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, memperoleh atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan, diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, selain itu konsumen juga tidak memperoleh advokasi perlindungan konsumen secara patut, karena tidak mendapatkan pendidikan dan pembinaan konsumen sehingga konsumen tidak

mengetahui langkah hukum yang harus ditempuh dalam penyelesaian permasalahan ini. Di dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 (dua) peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar hukum dalam penelitian ini, yakni Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Penetapan dasar hukum ini karena pelaku usaha telah melanggar aturan yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pemaparan pada latar belakang dan fenomena di atas, membuat penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS DI KOTA PEKANBARU)”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan ditelaah ialah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menderita kerugian atas Barang Tidak Sesuai dalam perjanjian jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana kendala dalam mendapatkan perlindungan hukum bagi konsumen yang memperoleh kerugian atas barang yang tidak sesuai dalam perjanjian jual beli online?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian pada prinsipnya memuat tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian, untuk itu dalam merumuskan tujuan penelitian harus terdapat korelasi antara rumusan masalah dengan tujuan penelitian. Sedangkan manfaat penelitian memuat manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian, adapun Tujuan dan Manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini, untuk:

- a. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menderita kerugian atas Barang Tidak Sesuai dalam perjanjian jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Untuk mengetahui kendala dalam mendapatkan perlindungan hukum bagi konsumen yang memperoleh kerugian atas barang yang tidak sesuai dalam perjanjian jual beli online.

2. Manfaat Penelitian

- a. Untuk melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum di Universitas Islam Riau.
- b. Penelitian diharapkan berguna bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Riau khususnya.
- c. Untuk memperluas dan menambah pengetahuan penulisan dalam bidang ilmu hukum khususnya mengenai Perlindungan Konsumen

Dalam Jual Beli Online (*E-Commerce*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

D. Tinjauan Pustaka

1. Teori Jual-Beli Online (*E-Commerce*)

E-commerce adalah penjualan, pembelian, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Misalnya komputer ataupun jaringan internet, radio, dan televisi.²⁰ Secara sederhana *e-commerce* adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. *E-commerce* sendiri terus berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara perlahan menggantikan toko tradisional (*Offline*).²¹

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata Commerce. Menurut bahasa (etimologi) ialah antara lain: (E) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sementara itu, (C) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan.²² Adapun menurut istilah pengertian *E-Commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.²³

²⁰ Mohammad Aldrin Akbar, *Yayasan Kita Menulis*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020, hlm. 1.

²¹ Business Marketing, "Pengertian *E-Commerce* dan Contohnya, Komponen, Jenis, dan Manfaat *E-Commerce*", 2020, diakses dari <https://idcloudhost.com/pengertian-e-commerce-dan-contohnya-komponen-jenis-dan-manfaat-e-commerce/>, pada 09 September 2022.

²² John M. Echols & Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 209.

²³ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekuilibria, 2016, hlm. 5.

Dari perspektif Kalakota dan Whinston memberikan pandangan bahwa *E-Commerce* terdiri dari 4 perspektif, yakni:²⁴

1. Perspektif komunikasi

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

2. Perspektif proses bisnis

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

3. Perspektif layanan

Pada perspektif ini *E-commerce* ialah suatu alat yang memenuhi keinginan yang memenuhi permintaan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

4. Perspektif online

Pada perspektif ini *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.²⁵

Elektronik *Commerce* atau disingkat dengan (*E-Commerce*) ialah aktivitas-aktivitas kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen

²⁴ Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, Jakarta: Sasrawarna Printing, 2011, hlm. 217-218.

²⁵ *Ibid.*

(*consumers*), manufaktur (*manufacture*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer networks*), yakni internet. *E-Commerce* ini telah mencakup keseluruhan spektrum aktivitas komersial.²⁶

Sementara itu definisi transaksi (*E-Commerce*) yang dikemukakan oleh Julain Ding bahwa : *E-Commerce Transaction* ialah transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (*digital medium*) di mana para pihak tidak hadir secara fisik. Media ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu Internet atau *World Wide Web*.²⁷

E-Commerce didefinisikan sebagai media terjadinya transaksi ataupun pertukaran informasi antara pembeli dengan penjual di dunia maya. Lahirnya *E-Commerce* tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat, terkhusus internet. *E-Commerce* memungkinkan suatu perusahaan dapat menjangkau seluruh dunia untuk memasarkan barang dan/atau jasanya dengan tidak dibatasi oleh batas-batas suatu wilayah. *E-Commerce* menjadi penyebab timbulnya prinsip ekonomi baru yang saat ini dikenal dengan sebutan ekonomi digital. *E-Commerce*

²⁶ Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2005, hlm. 10.

²⁷ Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Jakarta: Kencana, 2008, hlm. 374.

hadir tidak hanya untuk dapat mencukupi kebutuhan hidup manusia saja, namun juga untuk mencukupi kebutuhan gaya hidup manusia itu sendiri.²⁸

Ada 5 konsep dasar yang terdapat dalam *E-Commerce* yakni sebagai berikut:

1. *Automation*, Otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manual.
2. *Streamlining/Integration*, Proses yang terintegrasi untuk mewujudkan hasil yang efektif serta efisien.
3. *Publishing*, Kemudahan berpromosi serta berkomunikasi untuk barang dan jasa yang diperjualbelikan.
4. *Interaction*, Pergantian data/informasi antar pelaku bisnis dengan memperkecil *human error*.
5. *Transaction*, Kesepakatan tiap-tiap pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayar.²⁹

2. Teori Konsumen

Istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris "*consumer*", atau dalam bahasa Belanda disebut dengan "*konsument/consumen*". Secara harfiah arti kata *consumer* itu ialah setiap individu yang memanfaatkan barang dan/atau jasa. Konsumen pada hakikatnya dimaknai sebagai pemakai/pengguna terakhir dari barang yang diterima mereka, yang mana konsumen ini

²⁸ Rintho Rante Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, Sleman: Deepublish, 2018, hlm. 18.

²⁹ *Ibid*, hlm. 19.

memperoleh barang untuk digunakan bagi dirinya sendiri dan tidak untuk diperjualbelikan ataupun diperdagangkan kembali.³⁰

Konsumen Menurut ketentuan pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.³¹

Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita rincikan unsur-unsur pengertian konsumen yakni :

a. Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Namun istilah orang menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna luas dari pada badan hukum.

b. Pemakai

Sesuai dengan bunyi pasal 1 angka (2) Undang-undang perlindungan konsumen, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah kata “pemakai” dalam hal ini digunakan untuk rumusan ketentuan tersebut atau

³⁰ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenamedia Group, 2018, hlm. 2.

³¹ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

menunjukkan suatu barang dan/ atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli.

c. Barang dan/atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti termologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Undang-undang perlindungan konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat juga ketentuan pasal 9 ayat (1) huruf e UUPK). Dalam perdagangan yang makin kompleks ini, syarat itu tidak multak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen.

e. Bagi kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang lain, MakhluK Hidup lain

Transaksi konsumen ditunjukkan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan bagi untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri

sendiri dan keluarganya), bahkan unruk makhluk hidup, contohnya seperti hewan dan tumbuhan.

- f. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah bisa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai Negara.³²

Konsumen acap kali dimaknai ke dalam 2 kategori, yakni konsumen individu dan konsumen organisasi. Kosumen individu membeli dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya sendiri atau disebut dengan kebutuhan pribadi, sementara itu konsumen organisasi membeli dan menggunakan barang dan jasa untuk kebutuhan suatu perusahaan ataupun secara bersama-sama. Perbedaan antara kedua kategori ini menyebabkan terjadinya salah perspektif pengertian terhadap konsumen, yang pertama ialah konsumen Antara dan yang kedua ialah konsumen akhir. Konsumen Antara membeli suatu barang dan jasa untuk diperdagangkan, sementara konsumen akhir membeli barang dan jasa untuk dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk dirinya sendiri.³³

2. Teori Tanggung Jawab

Adanya tanggung jawab hukum menimbulkan hak dan kewajiban badan hukum, sebagaimana dalam setiap perbuatan atau hubungan yang dilakukan

³² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen, Op.Cit*, 2008, hlm. 7.

³³ Fajar Nugroho Handayani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021, hlm. 3.

oleh badan hukum pasti menimbulkan tanggung jawab hukum. Tanggung jawab adalah asas yang timbul dari hubungan hukum yang harus dijalankan.

Dari segi hukum, dalam kehidupan sehari-hari dikenal istilah relevansi hukum (*rechtsverkeer*). Artinya perbuatan hukum (*rechtshandeling*) dan hubungan hukum (*rechtbetrekking*) antar badan hukum. Perkumpulan, perbuatan, dan hubungan hukum adalah keadaan yang diatur oleh undang-undang dan/atau mempunyai relevansi hukum. Dalam hal itu terjadi interaksi hak dan kewajiban antara dua atau lebih subjek hukum yang masing-masing terikat oleh hak dan kewajiban (*rechten en plichten*). Undang-undang ini dibuat untuk mengatur hubungan hukum agar setiap badan hukum dapat memenuhi kewajibannya dengan baik dan memperoleh haknya secara adil. Selain itu, hukum juga berfungsi sebagai sarana untuk melindungi (pengemis) subyek hukum. Dengan kata lain, hukum diciptakan agar keadilan dipraktikkan dalam suatu hubungan hukum. Jika ada badan hukum yang melalaikan kewajiban hukumnya untuk melakukan atau melanggar haknya, maka mereka akan dimintai pertanggungjawaban dan akan diminta untuk memulihkan atau mengembalikan hak yang dilanggar. Semua badan hukum yang melanggar hukum, terlepas dari apakah badan hukum itu adalah individu, badan hukum, atau pemerintah, bertanggung jawab atas kewajiban dan kewajiban untuk kompensasi atau klaim.³⁴

Konsep tanggung jawab hukum hal ini erat kaitannya dengan konsep hak dan kewajiban. Konsep hak merupakan konsep yang menekankan

³⁴ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 55.

konsep hak berpasangan dengan konsep kewajiban. Pendapat umum adalah bahwa hak seseorang selalu berhubungan dengan kewajiban orang lain. Seseorang secara hukum bertanggung jawab atas suatu tindakan tertentu, atau ia bertanggung jawab atas sanksi jika tindakannya melanggar peraturan yang berlaku. Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa “seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subjek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan”.³⁵

Tanggung jawab menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh di tuntutan, dipersalahkan, dan diperkarakan.³⁶ Sementara itu, menurut Titik Triwulan Pertanggungjawaban wajib memiliki dasar, yakni hal yang menimbulkan hak hukum bagi seorang untuk menuntut orang lain serta berupa hal yang menimbulkan kewajiban.³⁷

3. Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram 2020

³⁵ Youky Surinda, Konsep Tanggung Jawab Menurut Teori Tanggung Jawab Dalam Hukum <https://id.linkedin.com/> diakses pada tanggal 29 Mei 2022 pukul 11:06 WIB.

³⁶ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2016. <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Tanggung%20jawab>, diakses pada Selasa tanggal 29 Mei 2022 pukul 11:06 WIB.

³⁷ Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, hlm. 48.

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram 2020 mengangkat judul Penelitian : “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online (*E-Commerce*)”.

Penelitian penulis memiliki perbedaan dengan penelitian Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram 2020, dengan penjabaran sebagai berikut :

- 1) Tujuan penelitian dalam skripsi peneliti :
 - a. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - b. Untuk mengetahui kendala selama mendapatkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online.

Sedangkan penelitian Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram 2020, bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli online melalui internet (*E-Commerce*) di Indonesia.
 - b. Untuk mengetahui dan menganalisa upaya hukum apa yang bisa ditempuh oleh konsumen jika hak-hak dirugikan dalam transaksi elektronik.
- 2) Perbedaan metode penelitian

- a. Peneliti menggunakan metode penelitian hukum sosiologis. Penelitian hukum sosiologis yaitu merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode pendekatan yang digunakan yakni deskriptif analitis.
- b. Sementara itu Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram 2020 menggunakan metode penelitian gabungan, yakni metode penelitian hukum normatif dan metode penelitian hukum empiris.
- b. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Program Studi Ilmu Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar 2020 Program Studi Ilmu Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar 2020 mengangkat judul Penelitian: “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dalam Hukum Islam”.

Penelitian penulis memiliki perbedaan dengan penelitian Program Studi Ilmu Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar 2020, dengan penjabaran sebagai berikut :

- 1) Tujuan penelitian dalam skripsi peneliti :
 - a. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli online berdasarkan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

- b. Untuk mengetahui kendala selama mendapatkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online.

Sedangkan penelitian Program Studi Ilmu Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar 2020, bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui mekanisme praktik jual beli online.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan hukum islam dalam jual beli online.
 - c. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli online.
- 2) Perbedaan metode penelitian
- a. Peneliti menggunakan metode penelitian hukum sosiologis. Penelitian hukum sosiologis yaitu merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode pendekatan yang digunakan yakni deskriptif analitis.
 - b. Sementara itu Program Studi Ilmu Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar 2020 menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan berpanduan pada penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan.

E. Konsep Operasional

Dalam penelitian ini, penulis memberikan batasan-batasan yang berhubungan dengan judul dari Skripsi ini, yakni “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli di *E-Commerce* Shopee”.

Pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/ UUPK) menyatakan bahwasanya “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.³⁸

Konsumen menurut ketentuan pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.³⁹

E-commerce, juga dikenal sebagai jual beli online, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* ialah menggunakan komputer dan browser web dengan jaringan internet untuk menjual serta membeli barang.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ialah landasan hukum yang digunakan di dalam penelitian ini.

³⁸ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

³⁹ *Ibid*, Pasal 1 angka 2.

F. Metode Penelitian

Metode ialah suatu cara yang akan dapat dipergunakan seperti, meneliti, mengkaji, menganalisa serta mengumpulkan data-data yang lebih akurat dan niatnya akan lebih mempermudah untuk dapat menjawab dari keseluruhan pokok permasalahan dalam penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan metodeologi sebagai berikut:

a. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis Penelitian ini termasuk dalam golongan penelitian Penelitian Hukum Sosiologis (Empiris),⁴⁰ yaitu merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakuka.⁴¹ Sementara itu ditinjau dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analitis.⁴²

Deskriptif analitis yakni penelitian yang bermaksud untuk dapat memberikan gambaran dan uraian terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul tanpa melakukan alisis dan membuat rangkuman yang berlaku untuk umum.⁴³

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang menjadi tujuan dalam penelitian adalah di wilayah Kota Pekanbaru. Alasan penulis menetapkan lokasi penelitian adalah karena dari hasil observasi, penulis menemukan fakta bahwa fenomena mengenai kesenjangan

⁴⁰ Admiral, dkk, *Buku Pandun Penyelesaian Tugas Akhir*, Pekanbaru: Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, 2021, hlm. 7.

⁴¹ Syafrinaldi, *Buku Panduan Penulisan Skripsi*, Jakarta: UIR Press, 2014, hlm. 15.

⁴² *Op.Cit*, hlm. 7.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 29.

mengenai aturan hukum perlindungan konsumen dengan konsumen *e-commerce* Shopee di Kota Pekanbaru.

c. Sampel dan Responden

Dalam penelitian ini, responden sebagai sampel ditetapkan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, yakni teknik penentuan sampel dengan suatu mempertimbangan. Pemilihan subjeknya berdasarkan ciri-ciri tertentu yang dianggap memiliki keterkaitan dengan penelitian. Penulis menetapkan responden yang terdiri dari 2 (dua) orang pelaku usaha dan 50 (lima puluh) orang konsumen.⁴⁴

Setelah mempertimbangkan, maka reponden dalam penelitian ini dipaparkan pada tabel berikut :

**Tabel I.I
Populasi dan Responden**

No.	Kriteria Populasi	Populasi	Responden
1	Pelaku Usaha <i>E-Cmmerce</i> Shopee	Tidak Terhingga	2
2	Konsumen <i>E-Commerce</i> Shopee	Tidak Terhingga	50
Jumlah		-	52

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2022

⁴⁴ Admiral, dkk, *Buku Pandun Penyelesaian Tugas Akhir, Op.Cit*, hlm. 9.

d. Data dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer adalah data utama yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara secara langsung dan penyebaran kuisioner secara langsung kepada para responden atau sampel. Data ini dapat saja berasal dari masyarakat, pegawai instansi pemerintah, pegawai swasta dan dari sumber lainnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku literatur yang mendukung dengan pokok masalah yang dibahas dan peraturan perundang-undangan. Data sekunder disamping buku-buku juga dapat berupa Skripsi, disertasi, jurnal, surat kabar, makalah seminar dan lain-lainnya.⁴⁵

e. Alat Pengumpulan Data

Sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1) Kuesioner

Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan secara tertutup atau terbuka kepada

⁴⁵ *Ibid*, hlm. 9.

responden atau sampel. Daftar isi pertanyaan (kuesioner) wajib berkaitan dengan permasalahan yang akan dikaji di dalam penelitian.⁴⁶

2) Wawancara

Wawancara, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penulis mengadakan tanya jawab secara langsung kepada siapa yang menjadi responden (Admiral, 2021, p. 10) terkait Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Online (*E-Commerce*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik .

f. Analisis Data

Setelah data didapat serta telah terkumpulkan dengan utuh baik data primer maupun data sekunder, maka data diolah dengan pengelompokkan data menurut jenis dan masalah penelitiannya. Data yang didapatkan melalui wawancara dan kuesioner, kemudian akan penulis uraikan dalam bentuk kalimat. Kemudian dianalisis dengan cara membandingkan dengan teori-teori yang ada di dalam literatur, peraturan hukum dan juga pendapat para ahli yang berhubungan dengan penelitian ini.

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 10.

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda “*consument*”, “*konsument*”, konsumen secara harfiah adalah orang yang memerlukan membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembtuh.⁴⁷ Konsumen umumnya didefinisikan sebagai pengguna akhir dari produk yang dikirimkan oleh pengusaha, yaitu setiap pengguna yang menggunakan produk dan mencegahnya untuk diperdagangkan kembali atau diperdagangkan kembali.⁴⁸ Pengertian tentang konsumen secara yuridis telah diletakan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, seperti UU No 8 Tahun 1999 Tentang UUPK pasal 1 merumuskan sebagai berikut: “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”.⁴⁹

Konsumen dalam penerapannya di keseharian kerap kali dianggap bahwa yang disebut konsumen merupakan pembeli (Inggris; *buyer*, Belanda; *koper*). Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada

⁴⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 22.

⁴⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010, hlm. 17.

⁴⁹ Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

pembeli, bahkan kalau disimak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana terdapat di dalam Pasal 1 butir 2 UUPK, di situ tidak ada disebut kata pembeli, pengertian pemakai dalam definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa barang atau jasa dalam rumusan pengertian konsumen tidak harus sebagai hasil dan transaksi jual beli. Dengan demikian, hubungan konsumen dengan pelaku usaha tidak terbatas hanya karena berdasarkan hubungan transaksi atau perjanjian jual beli saja, melainkan lebih dan pada hal tersebut seseorang dapat disebut sebagai konsumen.⁵⁰

Pengertian konsumen secara otentik telah dirumuskan di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2 undang-undang No. 8 Tahun 1999. Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, jelaslah bahwa adanya undang-undang ini untuk melindungi kita sebagai konsumen karena selama ini konsumen amat lemah posisinya.

2. Pengertian Pelaku Usaha

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pasal 1 ayat 3 yang dimaksud dengan pelaku usaha, yakni :

“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

⁵⁰ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Pantai Rei, 2005, hlm. 22-24.

melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.⁵¹

Pelaku usaha menurut rincian dari UUPK, merupakan koperasi, pedagang, BUMN, korporasi, distributor, importir, perusahaan, dan sebagainya. Dalam definisi pelaku usaha tidak termasuk eksportir karena UUPK memberikan batasan antara orang pribadi atau badan usaha yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia. UUPK mendefinisikan pelaku usaha secara luas agar dapat mempermudah konsumen dalam menuntut kerugian, konsumen yang dirugikan sebagai akibat dari mengonsumsi suatu produk dapat dengan mudah mencari pihak mana yang hendak dimintai pertanggungjawaban.⁵²

3. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan hukum yang seimbang mengakibatkan konsumen berada pada kedudukan yang lemah.⁵³ Perlindungan Konsumen merupakan segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang

⁵¹ Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁵² Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021, hlm. 59.

⁵³ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2020, hlm. 1.

melindungi serta mengatur antara hubungan konsumen dengan masalah penyedia dan penggunaannya dalam lingkungan masyarakat.⁵⁴

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁵⁵ Ruang lingkup perlindungan konsumen terbagi ke dalam 2 bagian, yakni:

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepekat;
- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Salah satu fungsi hukum adalah untuk memberikan perlindungan kepada warga masyarakat, terkhusus yang berada dalam status lemah akibat tidak seimbangannya hubungan hukum. Begitulah halnya dengan Hukum Perlindungan Konsumen untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang tidak jujur. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Hukum Perlindungan Konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.⁵⁶

⁵⁴ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesai Sengketa Konsumen (BPSK)*, 2011, *Op.Cit*, hlm. 42.

⁵⁵ Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁵⁶ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan*

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya pada saat terjadi kerugian. Di bidang hukum, istilah tersebut masih tergolong baru, terutama di Indonesia, dimana negara-negara maju mulai membicarakan hal ini dengan kemajuan industri dan teknologi.⁵⁷

Ruang lingkup hukum perlindungan konsumen sulit dibatasi hanya dengan menampungnya dalam satu jenis undang-undang, seperti UUPK. Hukum perlindungan konsumen selalu berinteraksi dan berhubungan dengan berbagai bidang dan cabang hukum lain, karena pada tiap bidang dan cabang hukum itu senantiasa terdapat pihak yang berpredikat “konsumen”.⁵⁸

Kehadiran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut menjadi pedoman sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen Indonesia. Diakui bahwa aturan ini bukan yang pertama atau yang terakhir, karena beberapa formula konsumen tersebar di beberapa undang-undang dan peraturan sebelumnya. Undang-undang ini mengatur kebijakan perlindungan konsumen untuk undang-undang penting dan formal terkait dengan penyelesaian sengketa konsumen.⁵⁹

Dalam berbagai literatur, paling tidak terdapat dua istilah hukum bagi konsumen: hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Kedua

Badan Penyelesai Sengketa Konsumen (BPSK), 2011, *Op.Cit*, hlm. 42.

⁵⁷Janus Sidabalok, *Op.Cit*, 2010 , hlm. 9.

⁵⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Ctk Ketiga*, Jakarta: Grasindo, 2006, hlm.

1.

⁵⁹ Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, *Op. Cit*, 2005, hlm. 20.

istilah ini sering terdengar bahkan arti dari kedua istilah ini sering disamakan. Namun, di sisi lain, ada perbedaan makna di antara keduanya, seperti A.Z Nasution. Pengertian hukum konsumen menurut A.Z Nasution adalah keseluruhan asas dan aturan hukum yang mengatur hubungan dan persoalan antara berbagai pihak yang terlibat dalam barang dan jasa konsumen dalam kehidupan bermasyarakat. Undang-undang perlindungan konsumen, di sisi lain, adalah bagian dari hukum konsumen yang mengatur prinsip dan aturan pengaturan, dan juga mencakup properti yang melindungi kepentingan konsumen.⁶⁰

Definisi hukum perlindungan konsumen tidak dicantumkan di dalam UUPK tetapi yang dicantumkan hanya mengenai definisi perlindungan konsumen. Definisi tersebut terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK, isinya yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Seterusnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) 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.

⁶⁰ Ade Maman Suherman, *Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004, hlm. 104.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK 1999) mengelompokkan norma-norma perlindungan konsumen (hukum materiil) ke dalam dua kategori, yakni:

- 1) Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Bab IV UUPK 1999);
dan
- 2) Ketentuan pencantuman klausul baku (Bab V UUPK 1999).

4. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Aturan yang terdapat dalam pengaturan dalam perlindungan konsumen ada lima asas perlindungan konsumen yang ditetapkan UUPK (Pasal 2) yakni “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum” Asas-asas tersebut meliputi yakni:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spritual.

4. 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.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.⁶¹

Asas keseimbangan dikelompokkan ke dalam asas keadilan. Mengingat hakikat keseimbangan juga keadilan untuk kepentingan masing-masing pihak, konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, maka kepentingan pemerintah dalam hubungan ini adalah dalam perdagangan. pelaku usaha dan konsumen yang tidak terlihat. Kepentingan pemerintah untuk mewakili kepentingan umum, yang tidak ada secara langsung antara para pihak, tetapi ada melalui berbagai pembatasan dalam bentuk kebijakan yang dituangkan dalam peraturan perundang-undangan yang berbeda.⁶²

Asas-asas perlindungan. tersebut di atas, dipadankan dengan tujuan perlindungan konsumen Pasal 3 UUPK menetapkan 6 tujuan perlindungan konsumen, yaitu:

1. “Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri

⁶¹ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Op. Cit, 2005, hlm. 82.

⁶² Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 29.

2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative pemakaian barang dan/atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai 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 bertanggung jawab dalam berusaha
6. Meningkatkan kualitas barang/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen. Menurut Achmad Ali,⁶³ menyebutkan bahwa setiap undang-undang memiliki tujuan tertentu, yang juga terlihat dalam ketentuan Pasal 3 UU Konsumen, sekaligus membedakannya dengan tujuan umum yang disebutkan sehubungan dengan ketentuan Pasal 2 di atas.

⁶³ *Ibid*, hlm. 24.

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang satu pasalnya mengatur tentang kewajiban bagi pelaku usaha Pasal 7 “untuk memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi produk tersebut, maka kita sebagai konsumen harus teliti sebelum membeli”.⁶⁴

5. Hak dan Kewajiban Konsumen

Secara umum, hak dapat didefinisikan sebagai klaim atau kepemilikan seseorang atau sesuatu. Jika ada tuntutan untuk bertindak dalam beberapa cara, atau jika orang lain diwajibkan untuk bertindak dalam beberapa cara, orang itu berhak. Hak dapat timbul dari suatu sistem hukum yang mengizinkan atau mengizinkan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu, yang disebut dengan hak hukum.

Salah satu hak yang paling penting ialah hak moral. Hak moral yang terpenting merupakan hak untuk menetapkan larangan atau kewajiban kepada orang lain, yang memberikan kebebasan kepada seseorang untuk memilih kepentingan atau kegiatan lain yang dilakukannya. Hak-hak moral ini (artinya jenis-jenis hak yang termuat dalam istilah hak moral) adalah hak-hak yang dalam melakukan kegiatan-kegiatan tersebut dalam batas-batas yang ditetapkan oleh hak-hak tertentu, seperti hak-hak moral, mengidentifikasi kegiatan atau manfaat yang dapat dilakukan. Ini adalah fitur “aktifkan” dan “lindungi”.⁶⁵

⁶⁴ Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁶⁵ Pieres Jhon & Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Pelangi Cendekia, 2007, hlm. 50.

Tentunya dalam perkembangan kemajuan perusahaan dalam memberikan pelayanan tidak lepas dari perlindungan hak yang diberikan konsumen atas kebebasan atau aktivitas yang dilakukan. UUPK telah menetapkan banyak hak-hak konsumen yang penting. Menurut Pasal 4, ada sembilan hak konsumen, delapan di antaranya diatur secara tegas oleh UUPK dan satu lagi diatur dengan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak ini terbagi antara lain:⁶⁶

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa
2. Hak untuk memilih barang dan jasa
3. Hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya
5. Hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokasi), perlindungan dan penyelesaian sengketa
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diberlakukan dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain.⁶⁷

⁶⁶ Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁶⁷ N.H.T Siahaan, *Op. Cit*, 2005, hlm. 84.

John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat dalam pidatornya di hadapan Kongres Amerika Serikat pada tahun 1952, pada waktu mengemukakan gagasan tentang pentingnya perlindungan konsumen, memamparkan bahwa terdapat 4 hak konsumen yang perlu memperoleh perlindungan secara hukum, yakni :

1. Hak memperoleh keamanan
2. Hak memilih
3. Hak mendapat informasi
4. Hak untuk didengar.⁶⁸

Selain hak konsumen, kewajiban konsumen juga diatur di dalam “Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kewajiban konsumen antara lain:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.”

Ketika sampai pada kewajiban konsumen yang bermaksud baik, mereka hanya fokus pada pembelian barang dan jasa. Hal ini tentu saja

⁶⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 31.

karena konsumen mulai berpotensi merugikan produsen ketika berhadapan dengan mereka. Berbeda dengan pelaku usaha, potensi kerugian konsumen dimulai ketika suatu produk dirancang/diproduksi oleh seorang produsen (pelaku usaha).

Kewajiban lain yang perlu penjelasan lebih lanjut adalah kewajiban konsumen untuk mematuhi upaya hukum untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen dengan baik. Sebelum Undang-Undang Perlindungan Konsumen diundangkan, kewajiban khusus semacam itu dalam kasus perdata hanya sedikit, tetapi dalam kasus pidana kewajiban ini dikuasai terutama oleh polisi dan kejaksaan, yang dianggap baru.

Adanya kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dirasa sudah tepat. Tanggung jawab ini menyeimbangkan hak-hak konsumen dalam upaya menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen yang tepat. Hak ini akan lebih mudah diperoleh jika pelanggan mengikuti penyelesaian sengketa yang sesuai. Namun, kecuali tanggung jawab itu tetap berada di pihak operator bisnis, keterlibatan pelanggan ini tidak akan cukup.⁶⁹

B. Tinjauan Umum Tentang *E-Commerce*

1. Pengertian *E-Commerce*

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata *Commerce*. Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E)

⁶⁹ Sutarman, *Op. Cit.*, 2008, hlm. 50.

electronic adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan.⁷⁰ Adapun menurut istilah pengertian *E-Commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.⁷¹

Sedangkan menurut (terminologi) adalah menurut pandangan WTO (*World Trade Organization*), *e-commerce* ini menyangkut semua kegiatan seperti produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara *Alliance For Global Business* mengartikan *ecommerce* sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronika sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang dirancang, dihasilkan, diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.⁷²

Kalakota dan Whinston mendefinisikan *E-Commerce* dari 4 kategori, yakni :

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

⁷⁰ John M. Echols & Hassan Shadily, *Op.Cit*, 2003, hlm. 129-209.

⁷¹ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekuilibria, 2016, hlm. 5.

⁷² Titik Triwulan Tutik, *Op. Cit*, 2008, hlm. 373.

2. Perspektif proses bisnis Pada perspektif ini *E-commerce* merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi-transaksi bisnis dan alur kerja (*work flow*)
3. Perspektif layanan Pada perspektif ini *E-commerce* ialah suatu alat yang memenuhi keinginan yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
4. Perspektif online Pada perspektif ini *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.⁷³

Elektronik *Commerce* atau disingkat dengan (*E-Commerce*) adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacture*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan *computer* (*computer networks*), yakni internet. *E-Commerce* ini sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial.⁷⁴

Pasal 1 angka (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, “transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau

⁷³ Arsyad Sanusi, *Op.Cit*, 2011, hlm. 217-218.

⁷⁴ Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, *Op.Cit*, 2005, hlm. 10.

media elektronik lainnya”. Selain itu, Menurut Adi Nugroho memeberikan definisi tentang transaksi elektronik (*e-commerce*), yang merupakan persetujuan jual beli antara pihak pembeli dengan penjual secara elektronik yang biasanya menggunakan jaringan computer pribadi. Dalam hal ini, konsumen yang menggunakan browser web untuk melakukan pemesanan dan menyediakan informasi dengan bentuk pembayaran seperti kartu kredit, digital cash atau cek elektronik.⁷⁵

Transaksi *e-Commerce* Kontrak jual beli yang dimaksudkan oleh hukum perdata. Karena itu adalah kontrak, itu juga menciptakan apa yang disebut pemenuhan, yaitu kewajiban para pihak untuk melakukan apa yang terkandung dalam kontrak. Adanya suatu pelaksanaan memungkinkan terjadinya suatu wanprestasi atau tidak dilakukannya suatu pelaksanaan yang akan dilaksanakan oleh suatu kontrak dengan pihak tertentu.

Perjanjian yang sah harus memenuhi aspek persyaratan yang terdapat dalam pasal 1320 KUH Perdata, yakni :

- a. Sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya Kesepakatan Ini adalah inti dari kontrak yang diperlukan untuk membuat kontrak dianggap sah, dan pernyataannya disetujui oleh pihak lain. Perjanjian kontrak adalah suatu kondisi di mana kedua belah pihak mengungkapkan keinginan mereka tanpa kesalahan, paksaan atau penipuan. Menurut pasal 1321 KUHPerdata, tidak

⁷⁵ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hlm. 57.

ada perjanjian yang efektif dengan pengawasan atau paksaan atau penipuan.

Sekalipun barang belum diserahkan atau harga belum dibayar sesuai dengan harga yang disepakati, penjualan dianggap telah dilakukan antara kedua belah pihak setelah akad harga dan barang dibuat. Dalam transaksi online (*e-Commerce*), proses negosiasi seperti kontrak penjualan tidak terjadi secara langsung. Barang dan harga yang ditawarkan dalam transaksi ini ditentukan oleh penjual, dan jika pembeli tidak setuju dengan harga, pembeli dapat membatalkan transaksi dan memilih toko lain. Dalam kasus *e-commerce*, kesepakatan dibuat ketika pembeli setuju dengan produk dan harga yang ditawarkan oleh penjual.

- b. Cakap untuk membuat suatu perikatan Pada dasarnya semua orang adalah cakap untuk membuat suatu perikatan, kecuali jika ia oleh undang-undang dinyatakan tidak cakap. Dalam pasal 1321 KUH Perdata disebutkan bahwa “setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap”.

Menurut ketentuan pasal 1330 KUH Perdata “bahwa mereka yang dinyatakan tidak cakap hukum adalah orang-orang yang belum dewasa yaitu belum genap berusia 21 tahun atau mereka yang belum berusia 21 tahun tetapi mereka telah menikah, dan orang-orang yang berada di bawah pengampuan”.

- c. Suatu hal tertentu yaitu dengan hal tertentu dalam suatu perjanjian yaitu barang yang menjadi objek dari suatu perjanjian. Jenis dan jumlah barang yang dimaksudkan dalam kontrak harus ditentukan, dan undang-undang tidak mensyaratkan bahwa barang tersebut sudah berada di tangan pembeli pada saat kontrak dibuat. Dalam transaksi online (*e-commerce*), ada produk yang tidak dapat diperjualbelikan, seperti perdagangan hewan dan jual beli tanah, karena harus dicatat dalam akta yang ditulis di depan notaris.
- d. Suatu sebab yang halal Suatu sebab yang halal merupakan syarat terakhir dari sahnya perjanjian. Menurut pasal 1335 dikatakan “bahwa suatu perjanjian tanpa sebab atau yang dibuat karena hal yang palsu atau terlarang tidak memiliki kekuatan hukum. Menurut pasal 1337 KUH Perdata, pengertian sebab yang halal adalah tidak bertentangan dengan undang-undang, sesuai dengan kesusilaan, dan sesuai dengan ketertiban umum”.⁷⁶

Syarat-syarat kontrak dan kekuatan hukum merupakan syarat-syarat subjektif bagi adanya kontrak, dan syarat-syarat ini mengikat para pihak dalam kontrak. Jika syarat-syarat ini tidak terpenuhi, isi kontrak yang dibuat dapat dibatalkan oleh salah satu atau kedua belah pihak. Sebaliknya, tujuan kontrak dan syarat-syarat adanya sebab yang sah adalah syarat-syarat

⁷⁶ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2003, hlm. 230.

obyektif yang berkaitan dengan tujuan kontrak. Jika syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi, maka syarat-syarat kontrak yang dibuat akan batal.

Istilah kontrak standar, juga dikenal sebagai kontrak standar, sering digunakan dalam kontrak penjualan dan pembelian online (*e-commerce*) dengan mengacu pada kontrak para pihak. Kontrak yang dibuat tanpa proses negosiasi yang seimbang antara para pihak disebut kontrak baku atau kontrak baku.

2. Bentuk *E-Commerce*

Pertumbuhan belanja online juga mempengaruhi struktur industri. *E-commerce* telah merevolusi cara bisnis melakukan bisnis, seperti toko buku dan agen perjalanan. Secara umum, perusahaan besar dapat menggunakan skala ekonomi untuk menawarkan harga yang lebih rendah. Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam *e-commerce*, baik pembeli atau penjual, mengandalkan teknologi berbasis internet untuk melakukan transaksi. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk memungkinkan transaksi di mana saja, kapan saja.⁷⁷

Bentuk-Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis, yakni:

- a. B2B (*Business to Business*) Transaksi bisnis antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Dapat berupa kesepakatan spesifik yang mendukung kelancaran bisnis.
- b. B2C (*Business to Consumer*) Aktivitas yang dilakukan produsen kepada konsumen secara langsung.

⁷⁷ Mahir Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Modus*, Vol. 27 (2), 2015, hlm. 169-170.

- c. C2C (*Consumer to Consumer*) Aktivitas bisnis (penjualan) yang dilakukan oleh individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya.
- d. C2B (*Consumer to Business*) C2B merupakan model bisnis di mana konsumen (individu) menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis.
- e. B2G (*Business to Government*) Merupakan turunan dari B2B, perbedaannya proses ini terjadi antara pelaku bisnis dan instansi pemerintah 6 G 2 C (*Government to Consumer*) Merupakan hubungan atau interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Konsumen, dalam hal ini masyarakat, dapat dengan mudah menjangkau pemerintah sehingga memperoleh kemudahan dalam pelayanan sehari-hari.⁷⁸

Pertumbuhan belanja online juga mempengaruhi struktur industri. *E-commerce* telah merevolusi cara bisnis seperti toko buku dan agen perjalanan melakukan bisnis. Secara umum, perusahaan besar dapat memanfaatkan skala ekonomi untuk menawarkan harga yang rendah. Individu atau bisnis yang terlibat dalam *e-commerce*, baik pembeli atau penjual, mengandalkan teknologi berbasis internet untuk melakukan transaksi mereka. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk memungkinkan transaksi kapan saja, di mana saja. Kekuatan *e-commerce* dapat menghilangkan hambatan geofisika.

⁷⁸ *Ibid*, hlm. 170.

Kim, Sohn dan Choi yang mengklaim bahwa konteks budaya membentuk penggunaan teknologi komunikasi dan pola penggunaan situs jejaring sosial. Mereka berpendapat bahwa kegemaran media dapat bervariasi dari satu negara ke negara lain, tergantung pada karakteristik budaya masing-masing negara. Masyarakat kolektif di negara-negara Asia, seperti India dan Indonesia, lebih mengandalkan interaksi sosial daripada mereka yang hidup dalam masyarakat individualis. Namun, dengan beberapa perbedaan, motivasi dasar untuk menggunakan Internet (mencari teman, dukungan sosial, hiburan, informasi, dan kenyamanan) dapat serupa di setiap negara dan budaya.

3. Sistem Penyelenggaraan *E-Commerce*

Dalam perdagangan online (*e-commerce*), peserta berpartisipasi secara langsung atau tidak langsung, tergantung pada kompleksitas transaksi yang dilakukan, apakah semua proses transaksi dilakukan secara online atau hanya beberapa langkah yang dilakukan secara online. Dimana semua transaksi dilakukan secara online, mulai dari proses transaksi hingga pembayaran, pihak-pihak yang terlibat yakni:⁷⁹

1. Penjual (*merchant*), dengan kata lain, perusahaan/produsen yang menawarkan produk melalui Internet. Untuk menjadi merchant, Anda harus mendaftar ke bank sebagai *merchant account*, sehingga merchant dapat menerima pembayaran kartu kredit dari pelanggan.

⁷⁹ Dikdik M.Arief Mansur & Elisatris Gultom, *Cyber Law*, Bandung: Refika Aditama, 2005, hlm. 152.

2. Konsumen (*card holder*), Artinya, mereka yang ingin memperoleh barang/jasa melalui pembelian secara online. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berupa individu atau perusahaan. Jika konsumen adalah individu, pertimbangan *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan dan apakah mereka membayar dengan kartu kredit atau apakah mereka dapat membayar secara manual/tunai. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit. Pemegang kartu kredit adalah orang yang namanya tertulis pada kartu kredit yang diterbitkan oleh penerbit sesuai dengan kontrak.
3. *Acquirer*, artinya, perantara penagihan (antara penjual dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang menyerahkan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang diajukan oleh penjual barang/jasa. Pihak penagihan adalah orang yang membayar penjual. Perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank tempat pemegang kartu kredit melakukan pembayaran kredit, dan bank yang menerima pembayaran mengirimkan pembayaran ke penerbit kartu kredit (penerbit).
4. *Issuer* artinya, perusahaan kartu kredit yang mengeluarkan kartu tersebut. Ada beberapa lembaga di Indonesia yang dapat menerbitkan kartu kredit, yakni:

- a. Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan credit card, hanya bank yang telah memperoleh izin dari card International, dapat menerbitkan *credit card*, seperti Master dan *Visa Card*;
 - b. Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia Internasional yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri;
 - c. Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yakni *American Express*.
5. *Certification Authorities*. Pihak ketiga netral yang berhak menerbitkan sertifikat kepada pedagang, penerbit dan, dalam beberapa kasus, pemegang kartu kredit. Lembaga sertifikasi dapat berupa badan pemerintah atau badan swasta. Di Italia, untuk alasan kebijakan publik, pemerintah ditunjuk sebagai pemegang kewenangan untuk mendirikan pusat lembaga sertifikasi. Di Jerman, di sisi lain, layanan sertifikasi terbuka untuk manajemen oleh sektor swasta untuk menciptakan suasana kompetensi yang membantu meningkatkan kualitas layanan ini.
6. Tenaga ekspedisi, yaitu pihak yang menyerahkan barang atas permintaan penjual atau penyedia jasa *e-commerce*.

C. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Pasal 1313 KUH Perdata sebagai dasar pengertian perjanjian menyatakan bahwa “perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Arthur S. Hartkamp dan Marianne M.M Tillema menjelaskan bahwa “kontrak adalah suatu perbuatan hukum yang diciptakan dengan memenuhi persyaratan yang ditentukan hukum oleh persesuaian kehendak yang menyatakan maksud bersama yang interdependen dari dua atau lebih pihak untuk menciptakan akibat hukum untuk kepentingan satu pihak, kedua belah pihak, dan juga untuk pihak lain”.⁸⁰

Subekti memberikan definisi perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji pada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Sedangkan KRMT Tirtodiningrat memberikan definisi perjanjian adalah suatu perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat diantara dua orang atau lebih untuk menimbulkan akibat-akibat hukum yang dapat dipaksakan oleh Undang-Undang.⁸¹

2. Karakter Sistem Pengaturan Hukum Perjanjian

Sistem pengaturan hukum perjanjian yang terdapat di dalam Buku III KUH Perdata memiliki karakter atau sifat sebagai pelengkap. Sistem pengaturan dalam hukum kontrak juga menggunakan sistem terbuka (*open*

⁸⁰ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Yogyakarta: FH UII Press, 204, hlm. 60.

⁸¹ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana, 2011, hlm. 15-16.

system). Para pihak boleh menggunakan atau tidak menggunakan ketentuan yang terdapat di dalam Buku III KUH Perdata tersebut. Di dalam perjanjian, para pihak dapat mengatur sendiri menyimpang dari ketentuan Buku III KUH Perdata.⁸²

3. Unsur-Unsur Perjanjian

Unsur yang harus terdapat dalam perjanjian, yakni :

1. Ada para pihak;
2. Ada kesepakatan yang membentuk kontrak;
3. Kesepakatan itu ditujukan untuk menimbulkan akibat hukum; dan
4. Ada objek tertentu.⁸³

Selain unsur perjanjian tersebut, adanya unsur perjanjian yang juga ditulis oleh P.N.H Simanjuntak dalam bukunya, yakni:

1. Ada para pihak yang melakukan perjanjian;
2. Ada persetujuan antara pihak-pihak tersebut;
3. Ada tujuan yang akan dicapai;
4. Ada prestasi yang akan dilaksanakan oleh para pihak;
5. Ada bentuk tertentu, baik lisan maupun tulisan;
6. Ada syarat-syarat tertentu.⁸⁴

Unsur perjanjian yang telah disebutkan di atas, selanjutnya dikategorikan ke dalam tiga kategori, yakni :

1. Unsur *essentialia* (unsur yang harus ada dalam perjanjian);

⁸² Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 7.

⁸³ Ridwan Khairandy, *Op.Cit*, hlm. 66.

⁸⁴ P.N.H. Simanjuntak, *Hukum Perdata Indonesia*, Jakarta : Prenadamedia Group (Divisi Kencana), 2016, hlm. 286.

2. Unsur *naturalia* (unsur perjanjian yang oleh hukum diatur tetapi dapat dikesampingkan oleh para pihak);
3. Unsur *accidentalia* (unsur yang merupakan sifat pada perjanjian yang secara tegas diperjanjikan oleh para pihak).⁸⁵

D. Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab

1. Pinsip Tanggung Jawab Dalam Hukum

Ada dua istilah yang menunjuk pada pertanggungjawaban, yakni: *liability* (*the state of being liable*) dan *responsibility* (*the state or fact being responsible*).

- 1) *Liability* merupakan istilah hukum yang luas (*a board legal term*), artinya, antara lain, kewajiban memiliki arti yang paling komprehensif dan mencakup hampir semua karakteristik risiko atau kewajiban. Ini bisa pasti, tergantung, atau mungkin.

Liability diartikan untuk menyatakan hak dan kewajiban karakter.

Di luar itu, tanggung jawabnya juga; nyata atau mungkin tunduk pada tanggung jawab; negara dimintai pertanggungjawaban atas peristiwa aktual atau potensial seperti kerugian, ancaman, kejahatan, biaya atau litigasi; kondisi yang menimbulkan kewajiban untuk menegakkan hukum segera atau di masa depan.

- 2) *Responsibility* sarana (hal-hal yang dapat dipertanggungjawabkan secara bertanggung jawab, dan mencakup keputusan, keterampilan, kemampuan, dan kemampuan). *Responsibility* juga

⁸⁵ *Ibid*, hlm. 66-67.

berarti kewajiban untuk bertanggung jawab atas hukum yang ditegakkan, dan untuk memperbaiki atau mengganti kerugian yang disebabkan).⁸⁶

Pendapat lain tentang prinsip tanggung jawab dalam hukum, yang dibagi menjadi tiga yakni *accountability*, *responsibiliti*, *liability*.

Pengertian Tanggung Jawab Hukum, ada tiga bentuk tanggung jawab hukum yaitu tanggung jawab hukum dalam arti *accountability*, *responsibility*, dan *liability*. Tanggung jawab dalam makna *accountability* adalah tanggung jawab hukum dalam kaitan dengan keuangan, misalnya akuntan harus bertanggung jawab atas hasil pembukuan, sementara itu, *responsibility* merupakan tanggung jawab dalam menanggung bebannya. Tanggung jawab dalam arti *liability* merupakan kewajiban menanggung atas kerugian yang diderita.⁸⁷ Tanggung jawab dalam makna *responsibility* juga dimaknai sebagai sikap moral untuk menjalankan kewajibannya, sementara itu tanggung jawab dalam makna *liability* merupakan sikap hukum untuk mempertanggungjawabkan pelanggaran atas kewajibannya atau pelanggaran atas hak pihak lainnya.⁸⁸

⁸⁶ Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara*, Rajawali Pers, Jakarta, 2016, hlm. 318-319.

⁸⁷ Zainal Asikin dkk, *Pengantar Hukum Perusahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2016, hlm 252.

⁸⁸ *Ibid*, hlm 253.

2. Teori Tanggung Jawab Dalam Perbuatan Melanggar Hukum

Hans Kelsen menjelaskan teori tanggung jawab berlandaskan buku teori hukum murni dikategorikan menjadi beberapa bagian yakni :

- a. “Pertanggungjawaban individu yaitu seseorang individu bertanggung jawab terhadap pelanggaran yang dilakukannya sendiri;
- b. Pertanggungjawaban kolektif berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas suatu pelanggaran yang dilakukan oleh orang lain;
- c. Pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena sengaja dan diperkirakan dengan tujuan menimbulkan kerugian;
- d. Pertanggungjawaban mutlak yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena tidak sengaja dan tidak diperkirakan.”⁸⁹

Abdulkadir Muhammad mengatakan teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum (*tort liability*) berlandaskan buku hukum perusahaan Indonesia dikategorikan menjadi beberapa teori, yakni :

⁸⁹ Hans Kelsen, *Teori Hukum Murni terjemahan Raisul Mutaqien Nuansa*, Nusa Media, Bandung, 2006, hlm. 140.

- a. “Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan dengan sengaja (*intertional tort liability*), tergugat harus sudah melakukan perbuatan sedemikian rupa sehingga merugikan penggugat atau mengetahui bahwa apa yang dilakukan tergugat akan mengakibatkan kerugian.
- b. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan karena kelalaian (*negligence tort lilability*), didasarkan pada konsep kesalahan (*concept of fault*) yang berkaitan dengan moral dan hukum yang sudah bercampur baur (*interminglend*).
- c. Tanggung jawab mutlak akibat perbuatan melanggar hukum tanpa mempersoalkan kesalahan (*strick liability*), didasarkan pada perbuatannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja.⁹⁰

E. Gambaran Umum Kota Pekanbaru

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama “Senapelan” yang saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut Batin. Daerah ini terus berkembang menjadi kawasan pemukiman baru dan seiring waktu berubah menjadi Dusun Payung Sekaki yang terletak di muara Sungai Siak.⁹¹

Pada tanggal 9 April 1689, perjanjian antara Kerajaan Johor dan Belanda (VOC) diperbarui untuk memberikan Belanda berbagai hak. Ini termasuk pembebasan cukai dan monopoli beberapa jenis barang. Selain itu, Belanda juga

⁹⁰ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, 2010, hlm, 503.

⁹¹ Pemerintah Kota Pekanbaru, “Mengenal Kota Pekanbaru”, 2020, diakses dari <https://www.pekanbaru.go.id/p/menu/profil-kota/mengenal-kota-pekanbaru>, pada 29 September 2021.

mendirikan pondok di Petapahan, daerah yang sangat penting berkembang pada saat itu.

Kapal Belanda tidak dapat memasuki Petapahan, Senapelan menjadi perhentian kapal Belanda dan perjalanan ke Petapahan dilanjutkan dengan perahu kecil. Dalam keadaan ini, Payun Sekaki dan Sena Peran baik diangkut dari luar ke dalam atau dibawa keluar dari dalam berupa bahan tambang seperti timah, emas, dan kerajinan kayu, dan berbagai hasil perdagangan diakumulasikan.

Perkembangan payung Sekaki dan Senapelan berperan penting dalam perdagangan dan transportasi. Karena letak peran Senna yang strategis dan kondisi Sungai Siak yang tenang dan dalam, desa ini terletak di persimpangan pedalaman Tapun dan pedalaman Minangkabau dan Kampa. Hal ini mendorong pengembangan jalan Terra Takbul (Jalan Sungaikal) sebagai kawasan strategis, dengan akses jalan dari Tankeron hingga Senapelan menjadi pintu gerbang perdagangan yang cukup penting.

Pertumbuhan Senapelan erat kaitannya dengan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Sultan Abdul Jalil menetap di Senapelan dan membangun sebuah istana di Kampongbukit, yang diyakini berada di dekat tempat yang sekarang menjadi Masjidil Haram. Sultan kemudian berangkat untuk mendirikan pasar untuk Sena Palrain selama sekitar seminggu, tetapi tidak berkembang. Saat ini pasar di sekitar Pelabuhan Pekanbaru sudah berpindah-pindah, namun startup tersebut dijalankan oleh anaknya Raja Ali Mohammed Ali.

Akhirnya, sesuai dengan laporan Imam Zuhil Siak, kerajaan Senafelan 21, kemudian lebih dikenal sebagai Pekanbaru, 21 Rajab 21 ditaklukkan pada hari

Selasa, 23 Juni 1204 M. Itu diperintah oleh Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muassamzia pada 23 Juni 1784. Dari Sultan Yahya, kemudian dinamai Jadi Hari Kota Pekanbaru.

Sejak Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muzamsya pergi, kendali tentara diserahkan kepada Datuk Bandar, yang didukung oleh empat Datuk agung, Datuk Lima Puluh, Datuk Tanah Datar, Datuk Pesisir dan Datuk Kampar. Mereka tidak memiliki tanah sendiri tetapi bepergian dengan Datuk Bandar. Keempat Datuk bertanggung jawab kepada Sultan Siak dan jalannya pemerintahan sepenuhnya berada di tangan Datuk Bandar.

Seterusnya pertumbuhan mengenai pemerintahan di Kota kerap berubah dari waktu ke waktu, sebagai berikut:

1. “SK Kerajaan Bershuit van Inlandsch Zelfbestuur van Siak No. 1 tanggal 19 Oktober 1919, Pekanbaru bagian dari Kerajaan Siak yang disebut District.
2. Tahun 1932 Pekanbaru masuk wilayah Kampar Kiri dipimpin oleh seorang Controleor berkedudukan di Pekanbaru.
3. Tanggal 8 Maret 1942 Pekanbaru dipimpin oleh seorang Gubernur Militer Go Kung, Distrik menjadi GUM yang dikepalai oleh GUNCO.
4. Ketetapan Gubernur Sumatera di Medan tanggal 17 Mei 1946 No. 103, Pekanbaru dijadikan daerah otonom yang disebut Haminte atau Kota B.
5. UU No.22 tahun 1948 Kabupaten Pekanbaru diganti dengan Kabupaten Kampar, Kota Pekanbaru diberi status Kota Kecil.

6. UU No.8 tahun 1956 menyempurnakan status Kota Pekanbaru sebagai Kota Kecil.
7. UU No.1 tahun 1957 status Pekanbaru menjadi Kota Praja.
8. Kepmendagri No. 52/1/44-25 tanggal 20 Januari 1959 Pekanbaru menjadi Ibukota Propinsi Riau.
9. UU No.18 tahun 1965 resmi pemakaian sebutan Kotamadya Pekanbaru.
10. UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah sebutan Kotamadya berubah menjadi Kota Pekanbaru.”

Penetapan Gubernur Sumatera di Medan No 103 tanggal 17 Mei 1956, Kota Pekanbaru dijadikan Daerah Otonomi yang disebut Harminte (kota Baru) sekaligus dijadikan Kota Praja Pekanbaru.

Selanjutnya pada “Tahun 1958, Pemerintah Pusat yang dalam hal ini Kementerian Dalam Negeri RI mulai menetapkan ibukota Provinsi Riau secara permanen. Sebelumnya Kota Tanjung Pinang Kepulauan Riau ditunjuk sebagai ibu kota propinsi hanya bersifat sementara. Dalam hal ini Menteri Dalam Negeri RI telah mengirim surat kawat kepada Gubernur Riau tanggal 30 Agustus 1958 No. Sekr. 15/15/6.”

Demi merespon maksud surat kawat tersebut, dengan penuh pertimbangan yang dapat dipertanggungjawabkan, maka “Badan Penasehat meminta kepada Gubernur supaya membentuk suatu Panitia Khusus. Dengan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Swatantra tingkat I Riau tanggal 22 September 1958 No. 21/0/3-D/58 dibentuk panitia Penyelidik Penetapan Ibukota Daerah Swatantra Tingkat I Riau.”

Penyelenggara mengunjungi semua bagian Rio untuk mendengar pendapat para pemimpin masyarakat, panglima perang Rio daratan, dan panglima perang Kepulauan Rio. Berdasarkan pertanyaan langsung dari KPU, diputuskan Pekanbaru akan dipilih sebagai ibu kota Riau. Keputusan tersebut akan disampaikan langsung kepada Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. Akhirnya “tanggal 20 Januari 1959 dikeluarkan Surat Keputusan dengan No. Des 52/1/44-25 yang menetapkan Pekanbaru sebagai ibukota Provinsi Riau sekaligus Pekanbaru memperoleh status Kotamadya Daerah Tingkat II Pekanbaru”.

Untuk mencapai ketentuan tersebut, pemerintah pusat telah membentuk panitia lintas sektoral. Sebab, pemindahan ibu kota dari Tanjung Pinang ke Pekanbaru untuk kepentingan semua sektor. Sebuah badan didirikan di Pekanbaru, diketuai oleh Letnan Kolonel Jenderal Letnan Kolonel Daratan Riau, sebagai pelaksana setempat. Kahaldin Nastion.

Sejak saat itu, kota Pekanbaru telah dibangun dan banyak gedung dengan cepat disiapkan sebagai langkah awal dalam menanggapi perpindahan kantor dan karyawan dari Tanjung Pinang ke Pekanbaru. Persiapan-persiapan untuk pemindahan serentak terus dilakukan, tetapi bersamaan dengan terwujudnya Panpress No. Juni 1959.

“Gubernur Propinsi Riau Mr. S. M. Amin digantikan oleh Letkol Kaharuddin Nasution yang dilantik digedung Sekolah Pei Ing Pekanbaru tanggal 6 Januari 1960. Karena Kota Pekanbaru mempunyai gedung yang representatif, maka dipakailah gedung sekolah Pei Ing untuk tempat upacara.”

“Sebelum tahun 1960, Pekanbaru hanyalah kota dengan luas 16 km² yang kemudian bertambah menjadi 62.96 km² dengan 2 kecamatan yaitu Kecamatan Senapelan dan Kecamatan Limapuluh. Selanjutnya pada tahun 1965 bertambah menjadi 6 kecamatan dan tahun 1987 menjadi 8 kecamatan dengan luas wilayah 446.50 km².”

Sesuai dengan aktivitas yang meningkat perihal kemajuan bangun membangun mengakibatkan peningkatan aktivitas penduduk di segala sektor, sehingga meningkatkan tuntutan dan kebutuhan masyarakat untuk menyediakan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan lainnya.

Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuklah Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru Nomor 10 Tahun 2019 tentang Pembentukan Kecamatan menjadi 15 Kecamatan dengan 83 Kelurahan.⁹²

⁹² *Ibid.*

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Perlindungan hukum terhadap konsumen yang menderita kerugian atas **Barang Tidak Sesuai dalam perjanjian jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dari segala perbuatan pelaku usaha yang merugikan terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bentuk perlindungan hukum adalah terdapatnya aturan mengenai hak-hak konsumen yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, sekaligus kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen. Selanjutnya dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diatur mengenai keharusan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Undang-undang ini bertujuan agar pelaku usaha dalam memperdagangkan produknya, tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sehingga, Undang-Undang ini juga merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen.

Dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Artinya, pelaku

usaha dilarang keras melakukan perbuatan curang dengan memberikan informasi palsu atau tidak sebenar-benarnya kepada konsumen. Pelaku usaha harus menjalankan usahanya sesuai perjanjian dengan konsumen. Namun, pada kenyataannya, UU Ini tidak dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di *e-commerce* Shopee. Konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Pelaku usaha ingkar terhadap perjanjian yang dituliskannya sendiri dalam informasi barang miliknya.

Penulis menemukan fakta bahwa 45 orang dari 50 orang responden penelitian yang merupakan Konsumen dalam *e-commerce* Shopee tidak mendapatkan perlindungan hukum sesuai dengan yang termaktub dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen menuturkan bahwa menerima barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan terhadapnya. Kualitas barang yang tertera pada *e-commerce* Shopee yang mengatakan bahwa barang tersebut berkualitas tinggi, pada kenyataannya memiliki kualitas yang buruk. Berikut penjelasan konsumen :

“Barangnya gak sesuai dengan yang dijanjikan si penjual di Shopee itu. Saya beli tas di salah satu toko online di Shopee, penjelasannya disitu barang tersebut berkualitas tinggi, barang 100% original brand tersebut. Tapi pas nyampe di tangan saya, barangnya sama sekali gak original. Karena saya sudah cari tahu barang originalnya seperti apa ciri-cirinya. Ini macam barang kualitas 50.000an sama sekali gak ori. Trus disitu bilang berkualitas tinggi. Yang dating malah kualitas buruk, baru dipake masa tasnya sudah putus, saya terpaksa harus jahit sendiri tas itu. Sudah saya chat penjualnya, tapi gak direspon. Berhari-hari saya tungguin ya, sebelum saya kasih penilaian. Gak juga ada itikad baik dari penjual. Jadinya saya kasih bintang 1 dipenilaian. Sama saya tulis keluhan saya. Baru direspon disitu, mungkin karena malu ya. Soalnya komentar ini kan bias diliat semua orang.”⁹³

⁹³ Wawancara dengan Devi Mulia Sari, salah satu Konsumen Shopee pada 12 Maret 2022.

Penjelasan konsumen tersebut di atas tentu bertentangan dengan bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, mengenai informasi yang jelas dan sebenar-benarnya terkait barang yang diperdagangkan. Sementara seharusnya konsumen memperoleh perlindungan hukum terhadap hak-haknya sebagai konsumen yang mana hak-hak konsumen mengenai kenyamanan memperoleh barang, mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, memperoleh atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan, diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur.

Berikut penulis jabarkan mengenai hak-hak konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat dalam Pasal 4, sebagai bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yakni :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan 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 kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

Kenyataannya berdasarkan hasil wawancara, konsumen menuturkan bahwa sama sekali tidak memperoleh satupun bentuk perlindungan hukum yang terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen di atas. Menariknya lagi, dari penelitian penulis menemukan fakta bahwa para konsumen sama sekali tidak mengetahui bentuk- perlindungan hukum dalam UU Perlindungan Konsumen ini. Hal ini terjadi karena salah satu point paling penting menurut penulis ialah yang terdapat dalam Pasal 4 ayat (6) di atas yang mana Konsumen berhak mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen. Dalam kenyataan, Konsumen sama sekali tidak memperoleh pendidikan dan pembinaan konsumen. Dalam Hal ini tentunya dipertanyakan mengapa bisa konsumen tidak memperoleh Pembinaan dan Pendidikan. Sementara Undang-Undang Perlindungan Konsumen menerakan bahwa salah satu hak konsumen adalah memperoleh pembinaan dan pendidikan. Tentunya hal ini menurut penulis menjadi salah satu penyebab konsumen tidak dapat menuntut haknya secara patut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

transaksi jual beli dilakukan secara online, berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan dan diberlakukan terhadap perlindungan hukum bagi konsumen.

Konsumen yang setuju untuk bertransaksi dalam membeli barang yang diinginkan dapat menekan kata persetujuan yang tersedia dalam aplikasi shopee,

adalah sebagai wujud tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Tindakan penerimaan tersebut biasanya didahului pernyataan persetujuan atas syarat dan ketentuan jual beli secara online yang merupakan salah satu bentuk Kontrak Elektronik.

Pasal 46 ayat (2) PP PSTE, Kontrak Elektronik dianggap sah jika:

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

Pasal 47 ayat (3) PP PSTE, Kontrak Elektronik setidaknya-tidaknyanya memuat:

- a. data identitas para pihak;
- b. objek dan spesifikasi;
- c. persyaratan Transaksi Elektronik;
- d. harga dan biaya;
- e. prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak;
- f. ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/ atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan
- g. pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.”⁹⁴

Berdasarkan Pasal 48 ayat (1) dan (2) PP PSTE, menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat

⁹⁴ Pasal 47 ayat (3) PP PSTE.

kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan”.⁹⁵

Berdasarkan Pasal 48 ayat (3) PP PSTE, menyatakan bahwa:

“Jika Barang yang Diterima Tidak Sesuai dengan yang Diperjanjikan Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi”.⁹⁶

Sementara itu, jika pada kenyataannya barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang tertera pada foto maupun iklan yang ditawarkan dalam toko online shopee tersebut, konsumen dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha/penjual secara perdata atas dasar adanya wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha/penjual dalam transaksi *e-commerce* di aplikasi shopee tersebut.

Penulis menanyakan kepada responden secara langsung mengenai pernah atau tidak pernahnya memperoleh barang yang tidak sesuai saat berbelanja di *e-commerce* Shopee. Dari hasil kuesioner yang penulis bagikan kepada responden yakni para konsumen, maka jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

⁹⁵ Pasal 48 ayat (1) dan (2) PP PSTE.

⁹⁶ Pasal 48 ayat (3) PP PSTE.

Tabel III.I

Jawaban Responden tentang Pernahkah Mendapat Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Yang Diperjanjikan Oleh Penjual Pada Toko Online Shopee

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Pernah	45	90%
2	Tidak pernah	5	10%
Jumlah		50	100%

Sumber : data olahan peneliti tahun 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hampir keseluruhan responden yang berjumlah 45 orang responden (90%) menjawab bahwa pernah mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau keterangan produk yang dijanjikan oleh penjual. Sehingga hal ini melahirkan kekecewaan terhadap para konsumen dan selain itu konsumen juga menerima kerugian.

“Saya sebelum beli tu selalu baca deskripsi barang terlebih dahulu. Itu penting menurut saya supaya tau barangnya itu seperti apa, terbuat dari bahan apa, gimana kualitasnya, gimana penggunaannya, gimana peraturan dalam penggunaannya, kemudian gimana peraturan toko itu kalau nanti pembeli ingin mengajukan komplain. Semua informasi itu memang sudah seharusnya diterakan sebenar-benarnya sesuai dengan kondisi barang. Makanya, saya berani beli produknya. Tapi, sebelum itu juga saya sudah liat *review* dari pembeli lain. Pembeli lain biasanya kan bikin video *unboxing*, video ngeliatin gimana bentuk barangnya, terus gimana kualitasnya. Tapi, kan standar kualitas setiap orang beda-beda ya. Ada yang berfikir itu masih wajar, atau ada yang kebetulan sedang beruntung mendapat produk yang tidak rusak. Kalau saya kemarin beli di Shopee yang sama itu barangnya gak sesuai dengan informasi soal barang tersebut. Ya, menurut saya gak *worth it* lah buat dibeli. Tentunya Saya kecewa dan merasa dirugikan dong.”⁹⁷

Konsumen menjelaskan bahwa informasi produk dalam sebuah toko *e-commerce* Shopee sangat penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang di toko tersebut. Hal ini yang menarik pembeli untuk membeli

⁹⁷ Wawancara dengan Lani Kharisma, salah satu Konsumen Shopee pada 15 Maret 2022.

barang karena sesuai dengan keinginan dari konsumen tersebut atas apa yang diperjanjikan oleh penjual dalam deksripsi produk di toko Shopee miliknya. Namun, yang diterima konsumen justru berbanding terbalik. Konsumen tidak mendapatkan produk sesuai dengan informasi pada deskripsi produk yang dijanjikan oleh penjual. Tentunya permasalahan ini menyebabkan konsumen merasa kecewa dan dirugikan.

Sementara itu, penulis juga mencari tahu dari pihak pelaku usaha terkait prosedur pengembalian barang yang tidak sesuai spesifikasi dari konsumen kepada pelaku usaha. Berikut penjelasan salah seorang pelaku usaha :

“Memang banyak pelaku usaha yang tidak mau repot kalo ada komplain dari pelanggan. Ya, nyatanya kan gak semua pelaku usaha bertanggung jawab ya. Saya dulu pernah mendapat komplain dari konsumen kalo barang saya pas sampe di tangan konsumen rusak. Saya jualan baju kan, nah jadi baju yang sampe di tangan konsumen itu ada yang sobek begitu. Tapi si konsumen gak sempat vidioin katanya, jadinya saya juga agak kesal karena saya udah bikin di keterangan postingan saya, kalo mau komplain soal barang itu mohon dibuat video *unboxing* terlebih dahulu. Tapi mungkin ga semua orang teliti bacanya ya, dang a semua orang juga mau repot-repot buat video begituan karena dianggap sepele. Nah, jadi dia terus mendesak saya tentang barang yang rusak ini. Ya terlepas dari itu, saya akui itu kesalahan saya sebagai penjual juga yang gak teliti dulu ngirim barang. Karena barang yang saya kan belinya grosiran dari gudangnya langsung kan, jadi udah dikemas gitu perbungkusnya. Ya memang seharusnya dicek dulu sebelum dikirim ke konsumen. Tapi, permasalahan ini saya tetap selesaiin dengan konsumen. Saya bilang baik-baik kalo gak ada video saya gak bisa ganti. Karena kita udah ada syarat dan ketentuan yang berlaku. Seharusnya konsumen teliti dulu baca ketentuan dari kita. Syukurnya, konsumen itu mengerti. Walau toko saya dikasih bintang 2 hahaha. Gapalah itu pelajaran juga buat saya, jadi kedepannya saya harus lebih teliti dulu sebelum kirim ke konsumen.”⁹⁸

Pelaku usaha wajib merincikan syarat-syarat dalam pengembalian produknya yang tidak sesuai, dan wajib menepati perjanjian tersebut. Sehingga

⁹⁸ Wawancara dengan Riska salah satu Pelaku Usaha Shopee, pada 5 Januari 2022.

tidak menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen dan pelaku usaha juga tidak dituntut karena telah wanprestasi. Selain itu, pada kenyataannya tidak banyak konsumen yang mengajukan tuntutan secara perdata terhadap pelaku usaha dan lebih memilih untuk mendiadakan masalah ini karena tidak ingin masalahnya menjadi runyam dan panjang. Kendati demikian, konsumen tidak boleh diam saja dan seakan mengamini perbuatan pelaku usaha ini, karena jika tidak ditindak secara tegas, perbuatan ini akan terus berlangsung lama sehingga akan menyebabkan banyaknya konsumen yang mengalami kerugian, dalam arti kata pelaku usaha tidak berbenah diri dan tidak akan pernah sadar atas pelanggaran yang telah ia lakukan. Selain itu, konsumen juga perlu memahami perihal perbuatan ingkar dari pelaku usaha ini, yang mana dalam bahasa hukum disebut dengan wanprestasi. Sehingga konsumen dapat mempertahankan haknya dan menuntut pertanggungjawaban yang seharusnya terhadap pelaku usaha.

Penulis akan memaparkan penjelasan mengenai wanprestasi dari sudut pandang Prof. R. Subekti dalam bukunya yang berjudul “Hukum Perjanjian”, wanprestasi merupakan kealpaan atau kelalaian yang bisa berbentuk 4 ragam situasi, yakni :

- a. Tidak menjalankan apa yang dijanjikannya untuk dilakukannya.
- b. Melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan yang dijanjikannya.
- c. Terlambat melakukan apa yang dijanjikannya.
- d. Melakukan sesuatu yang dilarang didalam perjanjian yang dibuatnya.

Apabila terjadinya salah satu dari 4 ragam situasi tersebut, maka konsumen dapat mengajukan gugatan secara perdata terhadap pelaku usaha atau penjual

online dengan dalih terjadinya wanprestasi (seperti, barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang dicantumkan dalam postingan foto dalam toko online tersebut.

Kenyataannya, konsumen tidak mengajukan gugatan secara perdata kepada pelaku usaha karena tidak ingin memperpanjang masalah dan sekaligus tidak memiliki pemahaman yang mendalam perihal hukum. Hal ini dijelaskan oleh salah seorang konsumen sebagai berikut :

“Saya tidak mengajukan gugatan secara perdata karena saya kurang paham hukum-hukum gitu bang. Lagian juga saya gak mau ribet. Gak mau memperpanjang masalah. Ya sudah kalau sudah terjadi hal begitu saya Cuma bias merelakan aja, semoga gak terulang lagi di kemudian hari. Tapi saya punya sebelumnya sudah komplain sesuai prosedur yang ditetapkan si penjual. Disuruh bikin video *unboxing* juga udah saya buat. Saya foto juga produknya biar dia percaya produknya setidak bagus itu. Saya kirim bukti-buktinya itu ke dia (penjual) langsung saat barangnya sudah saya buka. Benar-benar asli kondisinya seperti yang di foto dan video tersebut. Saya kirimnya di obrolan chat tuh biar dia (penjual) paham maksud saya. Kan memang kalo komplain itu ya seharusnya dichat penjualnya dulu kan. Tapi tunggu punya tunggu, sehari dua hari, gak juga dibalesnya chat saya. Saya chat lagi di hari yang ketiga. Saya piker ya sibuk kali karena orderan banyak dan pekerjaannya menumpuk. Jadi saya maklumin. Tapi keterangannya disitu si penjual lagi online, otomatis chat sya langsung nimbul dong ya. Tapi gak juga dibales. Jadi saya kirim chat begini ‘Maaf sebelumnya kak, apakah pengajuan komplain saya sudah dibaca? selanjutnya bagaimana solusinya ya kak? apa saya harus kirim barangnya kembali ke kakak?’. Eh tapi tidak juga dibalas. Yasudah saya kasih waktu 2 hari, masih saya tunggu barangkali nanti dibaca trus ditanggapi kan. Tapi gak juga dibales meski saya liatin sampai hari ke 7, pas tuh seminggu. Ya, jadi mau gak mau saya tulis di dinding *review* produknya. Baru ditanggapi. Dibilangnya begini, “Apabila ada keluhan silahkan hubungi kami di ruang obrolan chat terlebih dahulu ya, sebelum anda menuliskan komentar disini”. Ya ampun gila ya tu orang, saya udah chat seminggu loh itu, gak diliat apa sama dia ya. Bisa-bisanya dia bilang begitu. Yasudahlah saya relakan aja habis itu, saya anggep saya lagi apes aja. Gak mau saya memperpanjang masalah.”⁹⁹

⁹⁹ Wawancara dengan Intan Larasati, salah satu Konsumen Shopee pada 14 Februari 2022.

Konsumen memiliki hak untuk memilih barang yang sesuai dengan keinginannya, memperoleh barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelaku usaha, konsumen berhak atas jaminan kelayakan barang tersebut. Hak-hak konsumen diatur secara tegas dalam Pasal 4 UUPK yang menyatakan bahwa : “Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjika; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”.

Disisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK yakni: “memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”. Pasal ini diperuntukkan bagi pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban dalam perjanjian yang telah disepakatinya bersama konsumen. Dimana sudah tertera secara tegas bahwa pelaku usaha memiliki prestasi yang wajib dipenuhinya kepada konsumen. Pelaku usaha harus paham mengenai aturan ini, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumennya sendiri, dan disisi lain pelaku usaha juga tidak kehilangan kepercayaan dari konsumen, sehingga tetap dapat menjalankan usahanya dalam waktu yang lama. Apabila barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan oleh pelaku

usaha, pelaku usaha harus beritikad baik untuk mengganti kerugian terhadap konsumen berupa kompensasi atau berupa barang kembali.

Perlindungan terhadap konsumen juga secara tegas diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Informasi Elektronik yang berubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dalam Pasal 5 ayat (1) yang menyatakan bahwa: “Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah”. Kemudian dalam Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi: “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”. Perbuatan sebagaimana yang dicantumkan pada pasal 28 ayat (1) UU ITE diancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1 Miliar (Pasal 45 ayat (2) UU ITE).

Dalam Pasal 5 ayat (1) UU ITE, baik dokumen elektronik maupun dalam bentuk cetak dapat dijadikan alat bukti. Bukti dokumen elektronik ini sering kita lihat dalam bentuk *screenshot* atau tangkapan layar berbentuk foto, rekaman berbentuk video atau foto produk tersebut. Selain itu bukti cetak dapat berupa tempelan resi pengiriman barang yang tertempel pada kemasan produk.

Pasal 28 ayat (1) UU ITE, pelaku usaha yang mencantumkan informasi tidak benar terkait produk yang diperdagangkannya dapat dikenakan sanksi tegas dan dapat diselesaikan melalui jalur pidana. Hal ini dimaksudkan agar pelaku usaha tidak semena-mena terhadap konsumen. Jadi undang-undang ini mengatur segala tindak tanduk pelaku usaha dan juga untuk melindungi konsumen dari

perbuatan sewenang-wenang pelaku usaha yang dapat menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

Aturan-aturan hukum yang tersebut di atas, merupakan payung hukum bagi perlindungan konsumen. Sehingga konsumen dan pelaku usaha perlu mengetahui dan memahami aturan-aturan tersebut sehingga segala tingkah laku yang dapat menimbulkan kerugian bagi satu sama lain dapat dicegah. Dengan begitu, ketaatan dan kepatuhan terhadap hukum dapat menciptakan kedamaian dalam transaksi jual beli yang dalam hal ini khususnya transaksi jual beli dalam sistem elektronik.

B. Kendala dalam Mendapatkan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Memperoleh Kerugian Atas Barang yang Tidak Sesuai dalam Perjanjian Jual Beli Online

Hukum perlindungan konsumen bagi pembeli merupakan hal yang paling utama atau sangat penting dalam kegiatan jual beli, karena dapat memberikan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen. Dengan adanya hukum perlindungan konsumen, pembeli dapat mengetahui hak-haknya selaku konsumen dan juga kewajibannya selaku konsumen. Tidak hanya itu, pembeli juga dapat mengetahui kewajiban-kewajiban pelaku usaha selaku penjual.

Penulis menemukan kendala-kendala yang ditemukan oleh konsumen dalam mendapatkan perlindungan hukum, berikut penuturan salah seorang konsumen mengenai wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha :

“Penjual tersebut sudah ingkar janji kepada saya. Kan sebelumnya telah dijabarkan dia tu apa-apa yang harus disepakati oleh pembeli di deskripsi

produk. Udah dijelaskan dia juga di deskripsi itu tentang kualitas barangnya sendiri. Tentu saya sebagai pembeli harus setuju dulu sama deskripsi yang dia tulis baru saya pesan barangnya. Nah, sementara si penjual ini ingkar janji atas kesepakatannya. Disuruh bikin video *unboxing*, kalo barang yang diterima gak sesuai. Saya termasuk konsumen yang rajin bikin video *unboxing* karena saya suka belanja di shopee. Dan saya tau video itu nanti bisa jadi bukti kuat kalo saya mau complain soal kerusakan barang atau barang yang saya pesan tu gak sesuai. Nah saya kirim tu bukti video saya, saya chat juga penjualnya. Saya jelaskan kondisi barangnya. Tapi berhari-hari saya tunggu gak dibalas-balas. Padahal dideskripsi katanya bakal tanggung jawab kalo ada bukti video. Ya, jadinya gimana saya mau nuntut lagi atas hak saya yang seharusnya kan. Seharusnya penjual itu bertanggung jawab atas apa yang dia janjikan. Ya kalo katanya saya harus bikin video biar bisa dia ganti kerugian saya, ya seharusnya diganti dong. Mau diganti dalam bentuk uang kembali atau barangnya yang ditukar dengan kualitas yang bagus juga saya terima.”¹⁰⁰

Terlihat jelas bahwa dalam hal ini pelaku usaha melakukan wanprestasi terhadap apa yang diperjanjikannya terhadap konsumen. Sehingga ini menjadi salah satu kendala bagi konsumen untuk mendapatkan perlindungan hukum terhadap dirinya. Dalam arti kata, konsumen mendapatkan kendala dalam menuntut ganti rugi atas kerugian yang dideritanya. Serta tidak terpenuhi hak-haknya sebagai konsumen.

Selanjutnya, konsumen lain menuturkan bahwa pelaku usaha tidak memiliki itikad baik saat konsumen mengajukan keluhan atas layanannya. Berikut penjelasannya :

“Saya udah ngajuin keluhan tu di kolom chat. Gak Langsung di kolom komentar. Biar si penjual ini gak malu-malu kali atau ga merasa dipermalukan. Tapi dia sama sekali ga ada itikad baik. Boro-boro tanggung jawab mau ganti rugi ya. Malah balasan yang gak sopan yang saya terima. Dia bilang, ‘makanya jadi konsumen itu yang cerdas, kamu piker harga segitu kamu mau dapat barang sekelas brand luar? ya gak mungkin. Makanya pinter-pinter dong kalo belanja di Shopee. Ya ada harga ada kualitas lah’, begitu kata si penjual ke saya. Kata-katanya menohok sekali. Sementara saya Cuma mau dia kasih kejelasan kenapa barang yang rusak sampai di tangan saya. Gak dicek dulu barangnya sebelum dikirim. Lagian

¹⁰⁰ Wawancara dengan Almira Hasanah salah satu Konsumen Shopee, pada 20 Februari 2022.

saya kan tuntutan janjinya dia sesuai keterangan di tokonya kalo barang itu kualitasnya bagus dan original. berkualitas tinggi katanya. Ya, pas sampe barang rusak, kualitas tinggi dari mana? makanya saya ajukan keluhan. tapi keluhan saya gak didengar dengan baik malah mengata-ngatai saya. Setelah itu saya malah diblokir loh.”¹⁰¹

Dari penuturan konsumen di atas, dapat dilihat bahwa Pelaku usaha tidak memiliki itikad baik dalam menanggapi keluhan konsumen. Selain tidak beritikad baik, pelaku usah juga memblokir akun konsumen. Sehingga dalam perkara ini konsumen tidak mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana mestinya.

“Gimana saya mau nuntut hak saya secara hukum ya bang. Jujur, saya aja ga tau loh hak-hak saya sebagai konsumen yang diatur dalam undang-undang. Saya takut salah-salah mau nuntut ganti rugi. Kayak kalo saya gak paham kali, saya gak mau salah langkah. Jadinya yaudah saya ikhlasin aja deh daripada masalahnya makin runyam.”¹⁰²

Dari penuturan konsumen di atas, dapat dilihat bahwa ketidaktahuan kita sebagai masyarakat tentang aturan perundang-undangan mengakibatkan kita hidup dalam kebimbangan dan keragu-raguan. Sehingga tidak dapat menuntut perlindungan hukum terhadap diri kita sendiri apabila di kemudian hari kita dirugikan oleh orang lain. Ini menjadi salah satu kendala bagi konsumen untuk memperoleh perlindungan hukum, karena konsumen yang tidak tahu adanya aturan hukum tidak dapat menuntut haknya sesuai dengan aturan hukum tersebut.

Kendala lain juga datang dari aplikasi *e-commerce* itu sendiri. Kendala tersebut sering dijumpai konsumen yang ingin mengajukan retur atau pengembalian

¹⁰¹ Wawancara dengan Riska salah satu Konsumen Shopee, pada 18 Februari 2022.

¹⁰² Wawancara dengan Erni Sasmita salah satu Konsumen Shopee, pada 10 Februari 2022.

barang yang tidak sesuai kepada pelaku usaha. Berikut penjelasan dari salah seorang konsumen :

“Di Shopee ini memang ada opsi pengajuan retur barang atau pengembalian barang. Tapi, menurut saya itu memakan waktu lama. Karena saya pernah retur barang, tapi itu prosedurnya lama, ada banyak prosedurnya. Validasinya lama, jadi saya kesulitan disitu.”¹⁰³

Hal lain yang menjadi kendala adalah fitur atau opsi pengembalian barang yang terdapat di *e-commerce* Shopee yang mengakibatkan terkendalanya perlindungan hukum terhadap konsumen. Layananan pengembalian barang atau dikenal juga dengan istilah retur, justru mempersulit konsumen dalam pengembalian barang itu sendiri. Selain karena prosedur yang panjang, juga karena validasi waktu.

Proses perlindungan konsumen pada kenyataannya mengalami berbagai hal yang menjadi faktor penghambat atau kendala-kendala selama mendapatkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian transaksi jual beli online. Kendala-kendala tersebut dapat penulis rincikan sebagai berikut :

1. Wanprestasi yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha

Wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha menjadi penyebab utama kendala dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *e-commerce*. Hal ini dikarenakan sikap ingkar janji oleh pelaku usaha yang tidak mengirimkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan. Selain itu seringkali pelaku usaha mengabaikan keluhan dari konsumen mengenai produknya, menyebabkan

¹⁰³ Wawancara dengan Gina Putri Sabila salah satu Konsumen Shopee, pada 11 Februari 2022.

pengajuan retur barang atau pengembalian barang dari konsumen terpaksa berhenti tanpa adanya kejelasan dari pelaku usaha. Pelaku usaha yang terlebih dahulu telah mencantumkan syarat-syarat serta prosedur pengajuan komplain barang, tetap tidak menepati janjinya saat konsumen telah berusaha mengikuti prosedur tersebut. Pelaku usaha yang tidak menanggapi keluhan konsumen ini merupakan suatu perbuatan wanprestasi karena ketidakjelasan tindakannya dengan apa yang dijanjikannya di toko online miliknya.

2. **Pelaku Usaha Yang Tidak Beritikad Baik Untuk Mengganti Kerugian Konsumen**

Pelaku usaha tidak memiliki itikad baik untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat ulahnya. Berdasarkan hasil penelitian, alih-alih memberikan kompensasi dang anti rugi kepada konsumen, pelaku usaha justru memberikan tanggapan menohok terhadap konsumen dan yang lebih parahnya lagi konsumen yang mengajukan keluhan diblokir oleh pelaku usaha.

3. **Rendahnya Pengetahuan Konsumen**

Rendahnya pengetahuan konsumen mengenai aturan yang berlaku juga menyebabkan konsumen selalu menjadi diam dan tidak bersuara apabila menerima kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha. Sering pula konsumen terpaksa mengikhlaskan, merelakan dan memaafkan pelaku usaha yang melakukan pelanggaran karena tidak mengetahui aturan yang memuat mengenai hak-haknya selaku konsumen.

4. Pengajuan Retur Yang Memakan Waktu Lama

Proses retur atau pengembalian barang pada *e-commerce* Shopee menurut konsumen terkesan berbelit-belit dan memakan waktu yang lama. Sehingga konsumen lebih memilih untuk tidak mengajukan retur barang.

5. Konsumen Yang Kurang Perduli

Sikap kurang peduli konsumen terhadap permasalahan yang terjadi antara dirinya dengan pelaku usaha mengenai produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi ini, menjadi salah satu kendala dalam memperoleh perlindungan konsumen. Konsumen yang menganggap permasalahan ini merupakan masalah kecil yang tidak perlu dibesar-besarkan menyebabkan masalah ini selesai begitu saja. Tanpa adanya pertanggungjawaban dari pihak yang merugikan. Hal ini tentu saja menjadi masalah lain, karena dengan begitu kecil kemungkinan aturan hukum mengenai perlindungan konsumen dapat diterapkan sebagaimana mestinya. Kemudian dari sisi pihak yang merugikan yang dalam hal ini pelaku usaha, tidak jera dan tidak akan pernah sadar bahwa apa yang dilakukannya adalah perbuatan yang bertentangan dengan hukum. Hingga dikemudian hari ia tetap melakukan kesalahan yang sama, dan tidak berbenah diri karena berpikir konsumen akan selalu diam dan menerima saja.

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan para konsumen yang telah berbelanja atau bertransaksi jual beli online di *e-commerce* Shopee sebagai responden penelitian. Penulis menetapkan sebanyak 50 orang responden yang tersebar di beberapa tempat di Kota Pekanbaru yang dapat menjawab pertanyaan-

pertanyaan dalam kuesioner yang penulis bagikan di berbagai titik lokasi penelitian di Kota Pekanbaru.

Dari hasil kuesioner yang penulis bagikan kepada responden yakni para konsumen, maka jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel III.2
Jawaban Responden tentang Mengetahui Adanya Undang-Undang tentang
Perlindungan Konsumen dan UU ITE sebagai Perlindungan Hukum Bagi
Konsumen

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Tidak Mengetahui	40	80%
2	Mengetahui	10	20%
Jumlah		50	100%

Sumber : data olahan peneliti tahun 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kebanyakan responden yang berjumlah 40 orang responden (80%) menjawab bahwa mereka tidak mengetahui adanya Undang-Undang mengenai perlindungan konsumen, baik dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri, maupun UU ITE. Hal ini dikarenakan masih rendahnya minat membaca dalam kehidupan masyarakat, mengakibatkan masyarakat menjadi buta hukum. Sehingga dikemudian hari masyarakat yang tidak paham mengenai aturan hukum yang berlaku akan mudah untuk diakal-akali oleh pihak pencari keuntungan dengan merugikan orang lain.

Banyak konsumen yang menuturkan bahwa lebih memilih untuk diam saja atau mengalah terhadap wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha karena tidak ingin memperpanjang masalah. Berikut penjelasan dari beberapa orang konsumen :

“Saya pernah tertipu belanja online di shopee. Waktu itu saya beli baju. Saya sudah teliti baca deskripsi tentang ukurannya, bahannya, warnanya dan semua info tentang produk baju tersebut. Kemudian saya Tanya lagi nih ke penjualnya. Ini barangnya sesuai dengan yang di deskripsi atau engga, saya Tanya produknya ori atau engga. Kan disitu dia cantumin mereknya ya. Pa dia udah jawab kalo itu barangnya ori dan sesuai dengan deksripsi di fotonya, baru *check-out* kan. Eh, nyampe-nyampe itu barang sama sekali gak sesuai. Dari mulai bahannya yang jelek banget. Pokoknya jeleklah, ga sesuai sama apa yang dijelaskan di foto itu. Terlebih lagi ukurannya ternyata sama sekali berbeda dengan yang dia rincikan di foto produknya. Kan saya beli yang jumbo ya, eh yang datang ukurannya kecil. Itu mah adek saya yang bisa make. Anak umur 5 tahunan.”¹⁰⁴

Terkait dengan permasalahan ini, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa “Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Pasal ini mengatur khusus mengenai perlindungan konsumen, yang mana pelaku usaha wajib memberikan kejelasan mengenai prosedur atau sistem pengembalian barang dari konsumen apabila barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat kerusakan pada barang tersebut yang mengharuskan konsumen untuk mengajukan komplain kepada pelaku usaha.

Hal ini juga dapat dilihat dari hasil survei penulis melalui selebaran kuesioner yang penulis bagikan kepada para responden. Penulis menjadikan para konsumen yang dalam transaksi jual beli online di *e-commerce* Shopee sebagai responden di dalam penelitian. Penulis menetapkan sebanyak 50 orang responden yang tersebar di beberapa tempat di Kota Pekanbaru yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang penulis bagikan di berbagai titik lokasi di Kota Pekanbaru.

¹⁰⁴ Wawancara dengan Silvia salah satu Konsumen Shopee, pada 12 Januari 2022.

Dari hasil kuesioner yang penulis bagikan kepada responden yakni para konsumen, maka jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel III.3
Jawaban Responden tentang Tanggapan Penjual Saat Konsumen Mengajukan Komplain

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Cepat Tanggap	10	20%
2	Tidak merespon	40	80%
Jumlah		50	100%

Sumber : data olahan peneliti tahun 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kebanyakan responden yang berjumlah 40 orang responden (80%) menjawab bahwa penjual tidak merespon komplain atau keluhan yang disampaikan oleh konsumen. Hal ini sudah sangat jelas memperlihatkan masih banyaknya pelaku usaha online yang tidak beretika baik dalam berdagang, masih banyaknya pelaku usaha yang tidak memenuhi prestasinya terhadap konsumen.

Penulis menanyakan perihal bagaimana bentuk pengajuan komplain yang diajukan oleh konsumen atas barang atau produk yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan oleh pelaku usaha pada keterangan produk di toko online shopee si pelaku usaha, konsumen menuturkan bahwa :

“Ya di tokonya ada ya keterangan harus *unboxing* pake video kalo mau komplain atau retur barang yang gak sesuai. Saya bikin itu vidionya. Saya kalo beli di online selalu bikin video *unboxing* tanpa disuruh penjual dulu. Itu vidionya saya buat serinci dan sejelas mungkin tanpa dipercepat durasinya atau diedit gitu vidionya. Saya kirimlah tu ke si penjual. Ya ampun, responnya lama banget. 3 hari kemudian baru dijawab. Itu pun menurut saya jawaban si pelaku usaha gak beretika. Saya jelasin pake salam dan panjang lebar dengan sopan, saya lampirin vidionya juga. Dia cuma balas, ‘Oke, diproses’. Saya Tanya itu barangnya perlu saya kirim balik atau

engga, dia gak jawab sama sekali. Selama 2 minggu lebih itu saya tungguin gak dibalas juga. Akhirnya saya chat dia bilang. ‘Jadi gimana ini barangnya kak? jadi saya harus apa dengan barang yang gak sesuai ini?’ Gak juga dibales. Ya sudah, saya ikhlasin aja. Gak ada saya Tanya lagi sampai sekarang.”¹⁰⁵

Permasalahan terjadinya wanprestasi oleh pelaku usaha terhadap konsumen sering terjadi dalam dunia usaha, hal ini juga tidak menutup kemungkinan juga terjadinya *keteledoran* dari konsumen yang juga terkadang tidak teliti membaca ‘aturan main’ yang dicantumkan oleh pelaku usaha pada toko online *shopee* miliknya. Selain tidak teliti, konsumen juga menganggap tidak pentingnya sebuah video *unboxing* sehingga tidak dapat mengajukan komplain dan meminta pertanggungjawaban kepada pelaku usaha apabila terjadinya persengketaan dimana wanprestasi atas perjanjian yang telah disepakati kedua belah pihak.

Kenyataannya baik pihak pelaku usaha maupun konsumen masih tidak memahami aturan yang menjadi payung hukum bagi keduanya. Permasalahan wanprestasi atau sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha seolah sudah menjadi gejala sosial. Menurut hasil pengamatan penulis, tidak ada perubahan hingga sekarang. Pelaku usaha masih berlaku curang dengan melakukan wanprestasi, tidak menyelesaikan permasalahan dengan baik, tidak beritikad baik terhadap konsumen, dan juga dari hasil observasi penulis bahkan pelaku usaha tidak menanggapi komplain yang diajukan konsumen meski telah menyertakan video *unboxing* seperti yang telah dipersyaratkan oleh pelaku usaha. Hal ini penulis terbukti dalam pernyataan salah satu konsumen sebagai berikut :

“Vidio *unboxing* yang sering diminta pelaku usaha itu sudah sering saya buat, karena setiap beli kan saya selalu bikin video. Pernah saya komplain

¹⁰⁵ Wawancara dengan Ratna Sari salah satu Konsumen Shopee, pada 12 Januari 2022.

barangnya yang gak sesuai dengan deksripsi itu ke pelaku usaha pakai video yang saya kirimkan, ehhh malah gak direspon. Saya sengaja kasih bintang 1, saya sertakan bukti foto video dan komentar mengenai barang tersebut. Lalu pelaku usaha malah balas dengan kata-kata menohok bilang saya gak ngerti prosedur, dan main langsung kasih bintang aja. Padahal kan dia yang gak respon keluhan saya duluan ya. Jadi saya cari cara ya dengan tulis di dinding reviewnya dong biar dinotice. Eh iya memang dinotice, tapi alih-alih beritikad baik minta maaf atau mengakui kesalahannya, malah membalikkan fakta seolah saya selaku pembeli yang salah. Gak paham prosedur dan gak ngerti jual beli online. Ya ampun, justru karena saya paham prosedur makanya saya bikin video, saya ajukan retur juga bahkan, saya chat penjualnya nyampein keluhan saya. Tapi saya tunggu-tunggu ga ada tuh etikad baiknya buat mengakui kesalahan, meminta maaf atau ganti rugi. Sama sekali ga ada. Pada akhirnya malah saya diblokir dari akunya.”¹⁰⁶

Tidak semua konsumen memperhatikan syarat yang diajukan oleh pelaku usaha pada kolom deksripsi informasi toko online miliknya. Pada kenyataannya ada konsumen yang tidak membuat video *unboxing* seperti yang dipersyaratkan oleh pelaku usaha, juga terdapat konsumen yang teliti dan mematuhi syarat dari pelaku usaha. Kendati demikian, ditemukan fakta bahwa disini jelas-jelas pelaku usaha yang ingkar janji atau anprestasi terhadap konsumen. Tindakan yang paling parah yakni pemblokiran yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen yang memberikan *review* jujur mengenai kondisi barang yang diterimanya dan diposting pada dinding *review* toko online shopee milik pelaku usaha. Alih-alih berbenah diri dengan beritikad baik mengakui kesalahannya dan meminta maaf atas kerugian yang ia timbulkan kepada konsumen, pelaku usaha justru memblokir akun konsumen tersebut sehingga konsumen tidak mendapatkan kebenaran dari kerugian yang dideritanya.

Masyarakat yang merupakan konsumen dalam penelitian ini sebagian besar tidak mengetahui bahwa adanya aturan hukum yang berisikan hak-hak konsumen.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Herda salah satu Konsumen Shopee, pada 12 Januari 2022.

Sehingga menyebabkan konsumen dalam penelitian ini sebagian besar buta terhadap aturan hukum yang berlaku. Konsumen mengakui bahwa rendahnya pengetahuan mereka mengenai aturan hukum yang berlaku menyebabkan mereka menjadi diam saja, atau lebih memilih untuk tidak memperpanjang masalah yang terjadi dengan pelaku usaha. Sikap yang dipilih hanya berusaha memaafkan dan menerima wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Meski ada pula konsumen yang mengajukan keluhan atau komplain terhadap pelaku usaha, namun tetap memilih untuk tidak melanjutkan permasalahan tersebut karena melihat pelaku usaha yang tidak responsif dan tidak menanggapi keluhan dari konsumen. Maka langkah aman yang dipilih oleh konsumen ialah untuk menerima saja dengan lapang dada barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan oleh si pelaku usaha. Selain itu, prosedur pengembalian barang melalui *e-commerce* Shopee menurut penuturan para konsumen berbelit-beli dan memakan waktu yang lama, sehingga menjadi kendala bagi konsumen dalam mengembalikan produk yang tidak sesuai.

Aturan hukum yang berlaku dalam perlindungan konsumen tetap diberlakukan apabila adanya gugatan yang dilayangkan oleh konsumen terhadap pelaku usaha, karena permasalahan ini dapat diselesaikan secara perdata. Konsumen dalam hal ini selain dilindungi oleh UU Perlindungan Konsumen, juga dilindungi oleh Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Informasi Elektronik yang berubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan juga Peraturan

Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh Pemerintah kepada konsumen dalam usahanya untuk mendapatkan perlindungan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri tertera dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tetapi, perlindungan hukum terhadap konsumen tidak terlaksana. Konsumen dalam penelitian ini yang berjumlah 45 orang dari 50 orang konsumen mengakui tidak mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana seharusnya karena pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen. Penulis menemukan fakta bahwa para konsumen tidak terlindungi haknya berdasarkan aturan hukum ini. Konsumen masih menderita kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha. Namun, pelaku usaha sama sekali tidak memenuhi tanggung jawabnya atas kerugian yang disebabkan olehnya terhadap konsumen. Maka, penulis menyimpulkan bahwa bentuk perlindungan hukum tidak terlaksana terhadap konsumen di Kota Pekanbaru. Pada kenyataannya undang-undang yang berlaku tidak dapat melindungi konsumen sebagaimana mestinya. Hak-hak konsumen yang termaktub dalam undang-undang perlindungan konsumen yang merupakan bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dari pemerintah dan Negara tidak berjalan sebagaimana mestinya. Dari hasil penelitian, beberapa konsumen mengajukan keluhan untuk menuntut kompensasi atau ganti rugi terhadap pelaku usaha, namun pelaku usaha sama sekali tidak

mengindahkan dan tidak bertanggungjawab untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen. Pelaku usaha juga tidak mendengarkan keluhan atau *complain* yang diajukan konsumen terhadapnya. Mak, dapat dilihat bentuk perlindungan hukum yang diberikan konsumen, tidak dapat diperoleh oleh konsumen itu sendiri di Kota Pekanbaru ini.

2. Penulis menyimpulkan bahwa banyak sekali kendala yang ditemukan dalam menerapkan perlindungan hukum terhadap konsumen. Ada berbagai faktor yang menyebabkan timbulnya kendala-kendala tersebut, baik faktor kendala dari pelaku usaha sendiri, konsumen bahkan dari aplikasi *e-commerce* Shopee. Kendala-kendala yang ditemukan dari hasil penelitian yang penulis lakukan, menyebabkan perlindungan hukum bagi konsumen tidak terlaksana atau pada kenyataannya aturan hukum mengenai perlindungan konsumen ini tidak dapat melindungi konsumen karena kendala-kendala tersebut. Kendala-kendala ini seperti: Pelaku usaha yang ingkar janji, pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam keluhan yang diajukan oleh konsumen, konsumen yang tidak mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap dirinya, pengajuan retur/pengembalian barang yang lama di aplikasi Shopee serta yang terakhir yakni karena konsumen yang kurang peduli sehingga tidak menuntut perlindungan hukum terhadap dirinya kepada pelaku usaha. Itulah kendala-kendala yang menyebabkan tidak terlaksananya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Kepada masyarakat khususnya konsumen, agar dapat mengetahui bentuk-bentuk perlindungan hukum terhadap dirinya selaku konsumen. Sehingga dapat mengetahui apa saja hak-hak dan kewajiban-kewajibannya selaku konsumen dalam transaksi jual beli. Dengan begitu, apabila timbul persengketaan antara konsumen dengan pelaku usaha dalam transaksi jual beli, dapat diselesaikan sesuai aturan hukum yang berlaku. Sehingga tidak adanya pihak yang dirugikan. Kemudian diharapkan agar konsumen lebih teliti terlebih dahulu sebelum membeli barang di *e-commerce*.
2. Kepada pelaku usaha di *e-commerce* Shopee, agar dapat mempertanggungjawabkan perbuatannya apabila terbukti melakukan wanprestasi. Dengan begitu tidak adanya konsumen yang dirugikan. Pelaku usahapun tidak kehilangan kepercayaan dari konsumen sehingga usahanya tetap berlangsung lama dengan kualitas pelayanan yang baik. Selain itu, diharapkan kepada seluruh pelaku usaha agar mempublikasikan foto produk yang sebenar-benarnya dengan penjelasan yang sesuai dengan keadaan produk tersebut, sesuai dengan produk tersebut sehingga konsumen tidak merasa tertipu.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Admiral, dkk. (2021). *Buku Pandun Penyelesaian Tugas Akhir*. Pekanbaru: Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo. (2005). *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abdul Halim Barkatullah. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen : Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran, Ctk. Pertama*. Bandung: Nusa Media.
- Ade Maman Suherman. (2004). *Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Adi Sulisty Nugroho. (2016). *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Agus Yudha Hernoko. (2011). *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana.
- Ahmadi Miru. (2020). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ahmadi Miru dan Yodo Sutarman. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arsyad Sanusi. (2011). *Hukum E-Commerce*. Jakarta: Sasrawarna Printing.
- Aulia Muthiah. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2009). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Dikdik M.Arief Mansur dan Elisatris Gultom. (2005). *Cyber Law*. Bandung: Refika Aditama.
- Edmon Makarim. (2003). *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Endang Purwaningsih. (2010). *Hukum Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Erman Rajagukguk. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.

- Fajar Nugroho Handayani. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Hans Kelsen. (2006). *Teori Hukum Murni terjemahan Raisul Mutaqien Nuansa*, Bandung: Nusa Media.
- Janus Sidabalok. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Janus Sidabalok. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- John M. Echols dan Hassan Shadily. (2003). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesai Sengketa Konsumen (BPSK)*. Mataram: UB Press.
- N.H.T Siahaan. (2005). *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Pantai Rei.
- P.N.H. Simanjuntak. (2016). *Hukum Perdata Indonesia*. Jakarta : Prenadamedia Group (Divisi Kencana).
- Pieres Jhon dan Wiwik Sri Widiarty. (2007). *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Pelangi Cendekia.
- Ridwan HR. (2016). *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ridwan Khairandy. (2014). *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*. Yogyakarta: FH UII Press.
- Rintho Rante Rerung. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Sleman: Deepublish.
- Rosmawati. (2018). *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenamedia Group.
- Salim H.S. (2017). *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak* . Jakarta: Sinar Grafika.
- Shidarta. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Ctk Ketiga*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarman. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syafrinaldi. (2014). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Jakarta: UIR Press.

Titik Triwulan Tutik. (2008). *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana.

Zainal Asikin dkk. (2016). *Pengantar Hukum Perusahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

B. Peraturan Perundang-Undangan

KUHPerdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

C. Artikel dan Jurnal Ilmiah

Alvin Edgar Permana. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal TEKNOINFO*, Vol. 15, No. 1, 2021.

Business Marketing. (2020). Pengertian *E-Commerce* dan Contohnya, Komponen, Jenis, dan Manfaat *E-Commerce*, diakses dari <https://idcloudhost.com/pengertian-e-commerce-dan-contohnya-komponen-jenis-dan-manfaat-e-commerce/>, pada 09 September 2022.

Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Krisan Crisan Chairunnisa. (2016). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*). *Business Law Review: Volume One*, 14-20.

Mahir Pradana. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Modus Vol. 27 (2)*, 2015.

Marketeers. (2015). Digital Inilah Kelebihan Aplikasi Belanja Shopee, diakses dari <https://www.google.com/search?q=marketeers+2015+Inilah+Kelebihan+Aplikasi+Belanja+Shopee&oq=marketeers+2015+Inilah+Kelebihan+Aplikasi+Belanja+Shopee&aqs=chrome..69i57j0i54615.8911j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>, pada 17 Juli 2021.

Nurpazila. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online (*E-Commerce*). *Skripsi*.

Pemerintah Kota Pekanbaru. (2020). Mengenal Kota Pekanbaru, diakses dari <https://www.pekanbaru.go.id/p/menu/profil-kota/mengenal-kota-pekanbaru>, pada 29 September 2021.

Prospeku. (2021). Hukum Jual Beli: Pengertian, Pembagian, dan Syarat Sah, diakses dari <https://prospeku.com/artikel/hukum-jual-beli---2605>, 2021. Pada 18 Agustus 2021.

Rizki Amelia Kadir. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dalam Hukum Islam. *Skripsi*.

Selvi Harvia Santri dan Rahdiansyah. (2017). Prinsip *Utmost Good Faith* Dalam Perjanjian Asuransi Kerugian. *UIR Law Review*, Vol. 1, No. 1, April 2017.

Tim BPKN. (n.d). Kajian Perlindungan E-commerce di Indonesia. *Position Paper Kajian Perlindungan Konsumen E-Commerce di Indonesia*.

