

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ONLINE DI PEKANBARU  
TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENERIMAAN  
BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN PERJANJIAN**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**AFRI ERICH WAHYUDI  
NPM 171010559**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2022**

### SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang betanda tangan dibawah ini :

Nama : Afri Erich Wahyudi

NPM : 171010559

Tempat/Tanggal Lahir : Padang/ 29-04-1998

Program Studi/Jurusan : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS

Judul : "TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ONLINE DI PEKANBARU TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENERIMAAN BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN PERJANJIAN"

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, orisinal dan tidak dibuatkan oleh orang lain, sepengetahuan saya belum pernah ditulis oleh orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini merupakan hasil orang lain atau mencontek atau menjiplak hasil skripsi/karya ilmiah orang lain (plagiat), maka saya bersedia gelar Sarjana Hukum (S1) yang telah saya peroleh di batalkan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 29 Agustus 2022

Yang menyatakan



AFRI ERICH WAHYUDI



# Sertifikat

ORIGINALITAS PENELITIAN

Fakultas Hukum Universitas Islam Riau

MENYATAKAN BAHWA :

Afri Erich Wahyudi

171010559

Dengan Judul :

Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online Di Pekanbaru Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penerimaan Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian

Telah Lolos Similarity sebesar Maksimal 30%

Pekanbaru, 22 Agustus 2022

Prodi Ilmu Hukum



Harvia Santri, S.H., M.H.



FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU



FS 671471

YKAN



No. Reg : 1363/W/UPM FH UIR 2021

Paper ID : 1885269380/36 %

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

F.A.3.10

Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 P. Marpoyan Pekanbaru Riau Indonesia – Kode Pos: 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Website: [www.uir.ac.id](http://www.uir.ac.id) Email: [info@uir.ac.id](mailto:info@uir.ac.id)

**KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR  
SEMESTER GANJIL TA 2022/2023**

NPM : 171010559  
Nama Mahasiswa : AFRI ERICH WAHYUDI  
Dosen Pembimbing : 1. Dr SURIZKI FEBRIANTO S.H.,M.H. 2.  
Program Studi : ILMU HUKUM  
Judul Tugas Akhir : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ONLINE TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENERIMAAN BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN PERJANJIAN  
Judul Tugas Akhir (Bahasa Inggris) : the responsibility of online business actors to consumers who are harmed due to receiving goods that are not in accordance with the agreement  
Lembar Ke : Satu

NO	Hari/Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan	Hasil / Saran Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	10 Agustus 2022	Bab 2 dan Bab 3	- Gakum tergambar data penelitian - Maudun analisis berdasarkan legal standing yang benar	4
-	-	-	-	4
2	12 Agustus 2022		- Daftar ringkasan	4
3	16 Agustus 2022	Bab 3 dan bab 4	- Padatkan lagi bab 3 dan bab 4	4
4	18 Agustus 2022	BAB 3	- lengkapi kekurangan m/d	4
5	20 Agustus 2022	Kese (curhan)	- perbaikan footnote - Abstract dibagikan lagi	4
6	23 Agustus 2022	BAB IV	- kesimpulannya & saran di padatkan	4
7	26 Agustus 2022	SKRIPSI	- ditambahkan lampiran foto data lapangan	4

Pekanbaru, 26 Agustus 2022  
Wakil Dekan I/Ketua Departemen/Ketua Prodi



MTCXMDEWNTUS

(SELVI HARVIA SANTRI, SH, MH)

Catatan :

1. Lama bimbingan Tugas Akhir/ Skripsi maksimal 2 semester sejak TMT SK Pembimbing diterbitkan
2. Kartu ini harus dibawa setiap kali berkonsultasi dengan pembimbing dan HARUS dicetak kembali setiap memasuki semester baru melalui SIKAD
3. Saran dan koreksi dari pembimbing harus ditulis dan diparaf oleh pembimbing
4. Setelah skripsi disetujui (ACC) oleh pembimbing, kartu ini harus ditandatangani oleh Wakil Dekan I/ Kepala departemen/Ketua prodi
5. Kartu kendali bimbingan asli yang telah ditandatangani diserahkan kepada Ketua Program Studi dan kopiannya dilampirkan pada skripsi.
6. Jika jumlah pertemuan pada kartu bimbingan tidak cukup dalam satu halaman, kartu bimbingan ini dapat di download kembali melalui SIKAD



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



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

**BERAKREDITASI "A" BERDASARKAN SK BAN-PT NO.217/SK/BAN-PT/Ak - XVI/S/X/2013**


**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ONLINE DI PEKANBARU  
TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENERIMAAN  
BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN PERJANJIAN**

**AFRI ERICH WAHYUDI**  
NPM: 171010559

Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pembimbing

  
**DR.SURIZKI FEBRIANTO.S.H.,M.H**

Mengetahui  
Dekan

  
**Dr. M. MUSA, S.H.,MH**

Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
Nomor : 208/Kpts/FH/2022  
TENTANG PENETAPAN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA


DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang
- 1 Bahwa untuk membantu mahasiswa dalam menyusun skripsi yang lebih berkualitas, perlu ditunjuk pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut
  - 2 Bahwa penetapan dosen sebagai pembimbing yang ditetapkan dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat sebagai pembimbing.
- Mengingat
- 1 Undang-Undang Nomor : 20 tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional
  - 2 UU No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru Besar
  - 3 UU Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
  - 4 PP Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
  - 5 Permenristek Dikti Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
  - 6 Permenristek Dikti Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Akreditasi Prodi dan Perguruan Tinggi
  - 7 SK. BAN-PT Nomor : 2777/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/X/2018.
  - 8 Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
  - 9 SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 112/UIR/Kpts/2016

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan
- 1 Menunjuk  
Nama : Dr. Surizki Febrianto, S.H., M.H.  
NIP/NPK : 16 07 02 546  
Pangkat/Jabatan : Penata /III/c  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Sebagai : Pembimbing Penulisan Skripsi mahasiswa  
  
Nama : AFRI ERICH WAHYUDI  
NPM : 17 101 0559  
Jurusan/program studi : Ilmu Hukum /Hukum Perdata  
Judul skripsi : Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penerimaan Barang Yang Tidak Sesuai Perjanjian.
  - 2 Tugas-tugas pembimbing adalah berpedoman kepada SK. Rektor Nomor : 052/UIR/Kpts/1989, tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa fakultas di lingkungan Universitas Islam Riau
  - 3 Kepada yang bersangkutan diberikan honorarium, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Riau.
  - 4 Keputusan ini mulai berlaku semenjak ditetapkan, jika ternyata terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.  
Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada tanggal : 16 Juni 2022  
Dekan

  
Dr. M. Musa, S.H., M.H.

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

## ABSTRACT

*The development of information technology has made a significant contribution to the government community, as well as the industrial or corporate world. In the era of globalization as it is today, the development of science and technology is advancing rapidly, this is also accompanied by the many needs needed by humans, both primary and secondary and all of which humans need quickly in order to meet their daily needs. . However, the fact is that online transactions can cause harm to consumers. Losses experienced by consumers are caused by the non-fulfillment of achievements that should be made by business actors.*

*The formulation of the problem in this study are: 1. What is the responsibility of online business actors to consumers who are harmed by receiving goods that are not in accordance with the agreement. 2. What legal remedies can be taken by consumers who are harmed by online business actors who do not provide goods according to the agreement.*

*The approach method used in this paper is an empirical approach, which is a research approach used to describe the conditions seen in the field as they are, which are then linked to legislation, legal theory, and expert opinions. The research carried out is case studies and legislation. Analysis of the data used is by using a qualitative descriptive method, namely by describing and describing the data and facts resulting from field research by interpreting the data and explaining it in the form of sentences.*

*The results of this study indicate that consumer knowledge about consumer protection in electronic transactions is very lacking. So what happens in the case contained in this thesis is that the consumer as the buyer cannot do much, can only protest through the site of the electronic buying and selling service provider, namely Tokopedia, and does not receive compensation at all from the producer or business actor as the seller on the site and in the case contained in this thesis, the producer or business actor as the seller has acted inconsistently with several statutory provisions. It is proven because the producer or business actor as the seller in the case contained in this thesis has acted to the detriment of the consumer as the buyer in the electronic transaction.*

**Keywords:** *Buying and Selling Online, Business Actors, Consumers, Agreements*

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi, memberikan kontribusi yang cukup besar bagi masyarakat pemerintah, maupun dunia industri atau perusahaan. Pada era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maju dengan pesatnya, hal ini juga disertai dengan banyaknya kebutuhan yang dibutuhkan oleh manusia baik itu yang bersifat primer atau yang bersifat sekunder dan semuanya itu manusia membutuhkannya dengan cepat guna untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Namun faktanya dalam bertransaksi secara online dapat menimbulkan kerugian oleh konsumen. Kerugian yang dialami oleh konsumen disebabkan oleh tidak terpenuhinya prestasi yang seharusnya dilakukan oleh pihak pelaku usaha.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha *online* terhadap konsumen yang dirugikan akibat penerimaan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian ? 2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha online yang tidak memberikan barang sesuai perjanjian?

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis-empiris yaitu menggunakan studi kasus yang dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan, teori hukum, dan pendapat para ahli. Penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dan Perundang-undangan. Analisa data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan serta menggambarkan data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian lapangan dengan cara menginterpretasikan data dan memaparkannya dalam bentuk kalimat.

Hasil Penelitian ini bahwa pengetahuan konsumen mengenai perlindungan konsumen di dalam transaksi secara elektronik sangatlah kurang. Maka yang terjadi di dalam kasus yang termuat di dalam skripsi ini adalah konsumen sebagai pembeli tidak dapat berbuat banyak, hanya dapat protes melalui situs penyedia layanan jual beli secara elektronik yaitu Tokopedia tersebut, dan sama sekali tidak menerima ganti rugi dari pihak produsen atau pelaku usaha sebagai penjual dalam situs tersebut dan di dalam kasus yang termuat di dalam skripsi ini produsen atau pelaku usaha selaku penjual telah berbuat tidak sejalan dengan beberapa ketentuan perundang-undangan. Terbukti karena produsen atau pelaku usaha selaku penjual di dalam kasus yang termuat dalam skripsi ini telah bertindak merugikan konsumen selaku pembeli di dalam transaksi elektronik tersebut.

**Kata Kunci : Jual Beli Online, Pelaku Usaha, Konsumen, Perjanjian**

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim Assalamu' Alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan hidayah serta kesempatan dan kesehatan yang diberikan-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Hukum Universitas Islam Riau dengan judul **“Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online Di Pekanbaru Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penerimaan Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian”**. Sejalan dengan penyelesaian skripsi ini begitu banyak hikmah yang Penulis dapatkan terutama dalam hal kesabaran, ketekunan dan penyerahan diri kepada Allah SWT, disiplin dan kesabaran untuk memahami orang lain, kemampuan berfikir dan daya nalar, khususnya dalam penyelesaian skripsi ini merupakan pengalaman berharga yang tidak terlupakan.

Secara sadar Penulis haturkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Wetmimi Susanti dan Ayahanda Afriza tercinta berkat doa tulusnya selama ini, serta banyak berkorban lahir dan batin dalam melahirkan, mendidik terutama secara mental, membina dan membesarkan Penulis dalam menimba ilmu pengetahuan sampai dengan penyelesaian studi pada Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, kiranya amanah yang Ibunda dan Ayahanda berikan tidak Ananda sia-siakan.

Sesungguhnya skripsi ini dapat terselesaikan bukan semata-mata hasil kerja Penulis, namun semua itu tidak terlepas dari doa dan dukungan orang-orang

tercinta serta bantuan dari banyak pihak, maka dengan setulus hati Penulis ingin mempersembahkan rasa terimakasih yang tak terkira kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., M.CL, selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Musa, S.H., M.H, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Rosyidi Hamzah, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
4. Ibuk Dr. Desi Apriani, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
5. Bapak Dr. Surizki Febrianto, S.H., M.H. sebagai Dosen Pembimbing Penulis yang telah memberikan banyak pengajaran atas ilmu yang beliau berikan baik sewaktu perkuliahan maupun diluar perkuliahan yang membantu perkembangan pola fikir penulis dalam mempelajari ilmu hukum, serta bimbingan bagi Penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan pelajaran berharga tidak hanya hukum dan disiplin ilmu lainnya tapi juga nilai-nilai, etika dan pengalaman hidup sebagai sosok pengganti orang tua di kampus.

7. Nadila Dwi Jayanty selaku teman, sahabat seperjuangan yang selalu memberikan dukungan yang tiada henti kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Staf Tata Usaha dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah membantu pengurusan administrasi selama kuliah hingga tahap penyelesaian skripsi ini.

Selanjutnya Penulis sadar bahwa tidak ada manusia yang sempurna, kesempurnaan hanya milik Sang Pencipta. Untuk itu Penulis memohon maaf apabila dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Penulis juga mempersilahkan kepada para pembaca untuk memberi masukan dan kritikan terhadap skripsi ini, hal ini dimaksudkan agar ke depannya Penulis bisa lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi Penulis dan pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan ridho dan anugerah-Nya atas amalan kita serta kemudahan dalam melangkah menggapai cita-cita dan cinta. Serta tak lupa shalawat dan salam kita panjatkan kepada Nabi Besar Muhammad Saw, agar kita selalu mendapatkan syafaatnya.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 07 Agustus 2022

Penulis

Afri Erich Wahyudi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
SERTIFIKAT ORIGINALITAS PENELITIAN.....	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	iv
BERITA ACARA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT KEPUTUSAN PENUNJUKAN PEMBIMBING.....	vii
SURAT KEPUTUSAN PENUNJUKAN DOSEN PENGUJI.....	viii
BERITA ACARA MEJA HIJAU.....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
SINGKATAN KATA.....	xviii
<b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	12

C.	Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
D.	Tinjauan Pustaka .....	13
E.	Konsep Operasional .....	26
F.	Metode Penelitian.....	27
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN UMUM.....</b>	<b>31</b>
A.	Tanggungjawab Pelaku Usaha .....	31
B.	Perlindungan Konsumen .....	43
C.	<i>E-commerce</i> .....	53
<b>BAB III</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
A.	Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penerimaan Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian.....	62
B.	Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Konsumen Yang Dirugikan Oleh Pelaku Usaha Online Yang Tidak Memberikan Barang Sesuai Perjanjian.....	72
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A.	Kesimpulan .....	82
B.	Saran.....	83

**DAFTAR PUSTAKA .....84**

**LAMPIRAN.....91**



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

## DAFTAR SINGKATAN

B2B	<i>Business to Business</i>
B2C	<i>Business to Consumer</i>
BPSK	Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
C2C	<i>Consumer to Consumer</i>
C2B	<i>Consumer to Business</i>
COD	<i>Cash On Delivery</i>
KUHPper	Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
UKM	Usaha Kecil Menengah
UUPK	Undang-Undang Perlindungan Konsumen
UU	Undang-Undang

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Saat sekarang ini, perekonomian Indonesia telah berangsur-angsur pulih. Bisnis di Indonesia mulai menggeliat dan berkembang pesat. Beberapa jenis usaha dan bisnis yang dulunya sulit berkembang, saat ini malah tumbuh subur dan menjamur, terutama sektor telekomunikasi, waralaba dan pembiayaan. Sektor komunikasi mampu berkembang disebabkan kemajuan teknologi yang berkembang pesat pula. Hal ini dapat dilihat pada produksi barang-barang seperti telepon genggam dan internet. Para pelaku bisnis di sektor ini bergairah karena melihat minat masyarakat yang sangat tinggi<sup>1</sup>. Belanja online mengambil peran yang penting dalam hidup manusia saat ini, karena belanja online dianggap memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas dan juga membantu mengatur pengeluaran. Hal tersebut dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah situs jual beli *online*, baik dalam penjualan elektronik, pakaian, dan juga kebutuhan sehari-hari lainnya yang lebih murah dari harga toko.<sup>2</sup>

Hukum bisnis merupakan peraturan yang mengawal pelaksanaan kegiatan dalam berbisnis atau pelaksanaan kegiatan ekonomi. Di dalam pengaturan mengenai hukum bisnis termuat tata cara dan prosedur mengenai bagaimana menjalankan kebiasaan bisnis yang sebenarnya. Untuk memahami hukum bisnis, ada baiknya kita terlebih dahulu memahami hukum perdata dan hukum dagang secara umum. Sebab bidang hukum perdata dan hukum dagang merupakan dasar

---

<sup>1</sup> MM Fahri, SH., MH., "Perkembangan Hukum Bisnis Indonesia, Majalah Manajemen Dan Bisnis Ganesha" Volume 1, (2017).

<sup>2</sup> Wahana, *Apa Dan Bagaimana E - Commerce* (Jakarta: Andi Publisher, 2006).

dari hukum bisnis. Hal ini penting, supaya kelak kita tidak mengalami kesulitan dalam memahami hukum bisnis secara mendasar<sup>3</sup>. Didalam kegiatan bisnis sehari-hari terdapat hubungan yang erat antara pelaku usaha dengan konsumen. Kepentingan pelaku usaha itu adalah untuk memperoleh laba dan transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah untuk memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Faktor utama yang menjadi masalah si konsumen sering kali di sebabkan karena tingkat kesadaran pembeli akan haknya yang masih rendah, kondisi seperti ini oleh pelaku usaha dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha, baik secara biasa maupun *online*. Untuk itu perlu diimbangi dengan adanya upaya perlindungan konsumen terhadap risiko kerugian akibat penggunaan barang atau jasa melalui upaya pencegahan dari ketidak pastian terhadap mutu, jumlah dan keamanan<sup>4</sup>

Meskipun sudah menjadi istilah yuridis, namun sebutan ‘konsumen’ dan ‘pelaku usaha’ masih menunjukkan pengertian yang umum. Pengertian khususnya sangat tergantung pada konteks dimana konsumen dan pelaku usaha itu berada pada posisi masing-masing. Jika kita belanja di toko/*mall*, konsumen adalah pembeli, sedangkan pelaku usaha adalah penjual/ pemilik toko/*mall*. Mengacu pada pengertian Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik

---

<sup>3</sup> Fahri, SH., MH., “Perkembangan Hukum Bisnis Indonesia, Majalah Manajemen Dan Bisnis Ganesha.”

<sup>4</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip - Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk negara dalam bentuk peraturan yang melindungi keberadaan konsumen, dalam hal ini UU Perlindungan Konsumen dan juga peraturan khusus lainnya<sup>5</sup>.

Perdagangan melalui sistem elektronik masuk ke dalam aspek perdata. Transaksi jual beli ini secara umum (*lex generalis*) diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) Buku III Tentang Perikatan. Sebagaimana syarat sah perjanjian yang diatur dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi “Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat yaitu; (1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, (2) Kecakapan membuat suatu perikatan, (3) suatu hal tertentu (4) suatu sebab yang halal. Jika ditinjau dari aspek hukum perdata, maka salah satu syarat sahnya perjanjian yaitu kecakapan para pihak dalam melakukan transaksi jual beli. Namun, dalam transaksi online kita tidak mengetahui “kecakapan hukum” seseorang sebagaimana yang diatur dalam pasal 1320 KUHPerdata. Apalagi status hukum pelaku usaha yang tidak jelas karena transaksi hanya dilakukan di dunia maya. Jika perjanjian dibuat memenuhi syarat sahnya perjanjian, maka perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak sejak tercapainya kata sepakat. Dalam *e-commerce* dikenal dengan istilah kontrak elektronik yang merupakan kesepakatan kedua belah pihak yang juga mempunyai kekuatan hukum yang mengikat.

---

<sup>5</sup> M.Syamsudin, “Jurnal Pelatihan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Kerjasama Fakultas Huku UII Dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) RI,” *Jurnal Pelatihan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)* 22 Septemb (2017).

Kontrak elektronik harus mempunyai kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.<sup>6</sup>

Pada Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memuat pengertian kontrak elektronik yaitu “perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik”. Kontrak elektronik merupakan kontrak yang pembuatannya diwujudkan melalui perbuatan hukum rill berupa “transaksi elektronik” yang dilakukan oleh para pihak. Menurut pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan /atau media elektronik lainnya”. Penyelenggaraan transaksi elektronik, menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dapat dilakukan dalam lingkup hukum publik maupun hukum privat.

Salah satu pelaku usaha online yang berdomisili di Kota Pekanbaru adalah Honeyfeet yang dalam penjualannya berfokus pada sepatu pria dengan klaim menjual sepatu impor yang memiliki kualitas premium. Sebagaimana tangkapan layar berikut:

---

<sup>6</sup> Nurfajri, “Tinjauan Hukum Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNM),” *Jurnal Urusan PPKn, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar*, 2017.



**Gambar 1**

**Pelaku Usaha Online yang berdomisili di Pekanbaru**

Selain pelaku usaha diatas, peneliti juga memilih pelaku usaha lainnya yaitu nj\_shoppku yang menjual pakaian wanita. Sebagaimana tangkapan gambar berikut:



**Gambar 2**

### **Pelaku Usaha Online yang berdomisili di Pekanbaru**

Dari tangkapan gambar di atas diketahui bahwa salah satu pelaku usaha yang berdomisili di Pekanbaru bergerak dibidang penjualan pakaian jadi khususnya wanita. Pelaku usaha dalam penjualan baju cukup rentan terjadi kesalahan, seperti adanya kesalahan pengiriman baik warna maupun ukuran kepada pelanggan. Kesalahan ini termasuk bentuk kesalahan yang dapat

merugikan pelanggan atau konsumen. Pelaksanaan jual beli melalui media internet ini dalam prakteknya menimbulkan beberapa permasalahan, misalnya penjual/ pelaku usaha yang seharusnya bertanggung jawab untuk membayar sejumlah harga dari produk atau jasa yang dibelinya, tapi tidak melakukan pembayaran. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi (Lia Sautunnida, 2008: 1). Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya <sup>7</sup>

Kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumennya dapat dikaitkan dengan tanggung jawab keperdataan. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi. Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.

---

<sup>7</sup> Suharnoko, *Hukum Perjanjian (Teori Dan Analisa Kasus)* (Jakarta : Prenada Media, 2004).

Jika melihat salah satu syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu adanya kecakapan maka akan menjadi permasalahan jika pihak dalam jual beli melalui internet adalah anak di bawah umur, hal ini mungkin terjadi karena untuk mencari identitas yang benar melalui media internet tidak mudah, juga apabila melihat unsur yang lain seperti terjadinya kesepakatan menjadi pertimbangan untuk menentukan relevansi penerapan asas-asas hukum yang selama ini berlaku dalam dunia internet. Pemanfaatan media *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat internasional pada umumnya dan masyarakat Indonesia pada khususnya. Bagi masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. Pentingnya permasalahan hukum di bidang penjualan *online* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet<sup>8</sup>

Mengingat pentingnya hal tersebut maka Indonesia pada tahun 2008 lalu mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 1 butir 2 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut. Selanjutnya menyangkut penyelesaian hukum

---

<sup>8</sup> Ahmad M.Ramli, *Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce* (Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis, 2000).

jika terjadi sengketa antara para pihak yang melakukan jual beli melalui media internet tersebut.

Contoh kasus yang dialami oleh konsumen bernama Dea Ananda. Konsumen tersebut memesan Baju seharga Rp. 69.000 pada toko online tersebut.. Dea memesan barang tersebut pada tanggal 6 Juni 2021. Pada proses pembayaran hingga proses pengiriman semuanya berjalan lancar, tetapi ketika barang telah diterima ternyata barang tersebut tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan oleh penjual di marketplace bahkan kualitas barangnya cenderung buruk. Peristiwa tersebut sangatlah merugikan bagi konsumen, terlebih lagi kasus barang tidak sesuai gambar masih marak terjadi di *marketplace*. Transaksi di *marketplace* harus memerhatikan ketentuan yang berlaku baik ketentuan yang ada di marketplace tersebut maupun ketentuan umum yang terkait. Apabila terdapat pihak yang dirugikan dalam melakukan sesuatu, maka akan ada suatu peraturan yang tepat dalam penyelesaian masalah tersebut<sup>9</sup>

Transaksi jual beli secara online menghubungkan pelaku usaha, konsumen dan komunitas lainnya melalui transaksi elektronik untuk melakukan perdagangan barang, jasa dan informasi lainnya. Kondisi ini menyebabkan jarak bukan lagi hambatan dalam dunia bisnis. Perkembangan mencolok yang dimiliki teknologi internet, membuat suatu produk dapat dipasarkan secara global dalam situs web, sehingga setiap orang dimanapun berada dapat langsung mengakses situs tersebut untuk melakukan transaksi secara *online*<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Sapta Abi Pratama, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace," *Jurnal Fakultas Hukum*, n.d.

<sup>10</sup> Grace Joice S. N, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet," *Jurnal Publikasi Vol I No.3* (2013).

Menurut Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen :

1. Pelaku Usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pence-maran, dan/atau kerugian konsumen akibat konsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan yang berlaku;
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Penelitian lain yang juga terkait dengan tanggung jawab sebagaimana jurnal penelitian oleh Surizki Febrianto dkk yang meneliti *Responsibility of PT Telkom Towards Indihome Fiber Users Concerning Network Disruption According to Law Number 8 Of 1999 On Consumer Protection (Case Study: PT Telkom Tanjung Balai Karimun)*. Peneliti mengatakan bahwa PT. Telkom hilang bertanggung jawab untuk memecahkan masalah internet jaringan jaringan di PT.

Telkom TanjungBalai Karimun karena kesalahan dan kelalaian yang dilakukan oleh PT. Telkom. Kurangnya kontrol dan penyebab frustrasi pelanggan. Perlahan-lahan ini memberi pelanggan hal buruk yang sama. Selain itu, pemilik bisnis perlu berhati-hati ketidaktahuan terhadap peraturan yang ada jadi kita butuh banyak perhatian memenuhi tanggung jawabnya sebagai komunikasi perpipaan, terutama sejak PT. Ini Telkom perusahaan Umum. Masalah ini sepertinya terjadi tidak hanya dalam bisnis, tetapi juga dalam bisnis pelanggan juga. Pelanggan tidak menyadari hal ini hak dan tanggung jawab mereka, pelanggan menggunakan hak dan tanggung jawab mereka layanan tidak memiliki pengetahuan yang tepat tentang haknya dan tanggung jawab penyedia dan diri mereka sendiri juga pelanggan. Secara umum, PT Telkom TanjungBalai Karimun memenuhi tanggung jawabnya dalam hal ini meningkatkan konektivitas tetapi gagal pelanggan yang membayar<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengangkat judul **Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penerimaan Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian.**

---

<sup>11</sup> Surizki Febrianto, "Responsibility of PT Telkom Towards Indihome Fiber Users Concerning Network Disruption According to Law Number 8 Of 1999 On Consumer Protection (Case Study: Pt Telkom Tanjung Balai Karimun)," *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Volume 585 585 (2021): 765, file:///C:/Users/intel/AppData/Local/Temp/125961898.pdf.

## **B. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha *online* terhadap konsumen yang dirugikan akibat penerimaan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian ?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha *online* yang tidak memberikan barang sesuai perjanjian?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha *online* terhadap konsumen yang dirugikan akibat penerimaan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian
- b. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha *online* yang tidak memberikan barang sesuai perjanjian

## 2. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengembangkan kemampuan penulis pada jenjang pendidikan yang lebih baik, yakni pada Program Studi Ilmu Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.
- b. Sebagai salah satu upaya pendukung bagi kepentingan ilmiah yang berkelanjutan serta kepentingan hukum secara pragmatis khususnya tanggung jawab pelaku usaha *online* terhadap konsumen.
- c. Penelitian ini dapat berguna bagi penulis untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang hak kekayaan intelektual khususnya mengenai tanggung jawab pelaku usaha *online* terhadap konsumen.

### D. Tinjauan Pustaka

#### 1. Pelaku Usaha

Istilah produsen berasal dari bahasa Belanda yakni *producent*, dalam bahasa Inggris, *producer* yang artinya adalah penghasil<sup>12</sup> Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan

---

<sup>12</sup> N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen - Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk* (Jakarta: Samitra Media Utama, 2012).

penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen<sup>13</sup>

Pelaku usaha adalah setiap orang-perorang 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 melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>14</sup> Dalam penjelasannya menyatakan bahwa pelaku usaha yang termaksud dalam pengertian ini adalah perusahaan, koperasi, BUMN, korporasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Hak pelaku usaha di antaranya:<sup>15</sup>

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beretika tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur oleh ketentuan perundang-undangan lainnya.

---

<sup>13</sup> Artidiatun Adji, "TESTING FOR RICARDIAN EQUIVALENC IN INDONESIA," *Universitas Gadjah Mada JCEBI*, Vol (2016): 5, <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/147476/1/868737321.pdf>.

<sup>14</sup> "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," n.d.

<sup>15</sup> "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."

Kewajiban adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh mereka yang mengembannya, dalam hal ini Kewajiban Pelaku Usaha beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perikatan. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 1338 ayat 3 BW. Untuk itu, dalam menjamin terciptanya upaya perlindungan konsumen yang efektif maka, Ada enam kewajiban pelaku usaha di antaranya: <sup>16</sup>

- a. Beretikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

---

<sup>16</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

## 2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab dalam bahasa Inggris diterjemahkan dari kata “*responsibility*” atau “*liability*”, sedangkan dalam bahasa Belanda, yaitu “*vereentwoodelijk*” atau “*aansparrkelijheid*”<sup>17</sup> Tanggung jawab adalah wajib, menanggung, wajib memikul beban, wajib memenuhi segala akibat yang timbul dari perbuatan, rela mengabdikan, dan rela berkorban untuk kepentingan pihak lain.

Keterangan lainnya terkait tanggung jawab pelaku usaha mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen apabila konsumen mengalami kerugian akibat pelaku usaha yaitu:<sup>18</sup>

- a. Tanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan (Pasal 19 Ayat (1))
- b. Tanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan iklan tersebut Pasal 20
- c. Tanggung jawab sebagai pembuat barang (importir) dan/atau penyedia jasa yang diimpor apabila importasi barang dan/atau jasa tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan luar negeri( Pasal 29 ayat (1) dan (2),
- d. Pelaku usaha 1 yang menjual produk kepada pelaku usaha 2, berkewajiban memenuhi ganti rugi konsumen apabila produk yang diperoleh dari pelaku usaha 2 (tidak merubah produk) merugikan

<sup>17</sup> Khaerul Tanjung, “Pelaku Usaha Dan Tanggung Jawab,” n.d., <http://www.blogster.com/khaerulhtanjung/pelaku-usaha-dan-tanggung-jawab>.

<sup>18</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

konsumen (Pasal 24)

- e. Pelaku usaha berkewajiban menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual apabila pemanfaatan barang lebih dari 1 tahun (Pasal 25).

Undang-undang Perlindungan Konsumen mengandung hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen. Perbuatan-perbuatan pelaku usaha yang dilarang diantaranya adalah:<sup>19</sup>

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa:
  - 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan.
  - 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau artiket barang tersebut.
  - 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
  - 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label. Etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
  - 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana

---

<sup>19</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan atau jasa tersebut.

- 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, artiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
- 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.
- 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara bagaimana pernyataan halal yang dicatumkan dalam label.
- 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, efek samping, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
- 10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

- b. Pelaku usaha di larang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud.
- c. Pelaku usaha di larang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. (4). Pelaku usaha

yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dan ayat (2) di larang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

### 3. Jual Beli *Online*

Kata *Online* terdiri dari dua kata, yaitu *On* (Inggris) yang berarti hidup atau didalam, dan *Line* (Inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa online bisa diartikan “didalam jaringan” atau dalam koneksi. *Online* adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan *online*, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam *website* maupun komunikasi dua arah seperti chatting dan saling berkirim *email*. *Online* bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi.

Menurut pasal 1 ayat 2 Undang-Undang ITE, transaksi elektronik, yaitu:

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

Jual beli adalah perjanjian yang berarti perjanjian sebagaimana dimaksud dalam pasal 1313 KUHPPerdata, yaitu:

“Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

Menurut<sup>20</sup>, jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang dari pembeli ke penjual.

Dari KUHPerdara ini tercermin dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang mengandung asas kebebasan berkontrak, yaitu:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

Maksudnya ialah setiap orang bebas untuk menentukan bentuk, macam dan isi perjanjian asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum, serta selalu memperhatikan syarat sahnya perjanjian sebagaimana termuat dalam pasal 1320 KUHPerdara, yaitu:

“Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- c. Suatu hal tertentu;
- d. Suatu sebab yang halal.

Ada beberapa tempat yang biasa ditempati oleh pelaku usaha untuk berjualan online, yaitu:

---

<sup>20</sup> Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003).

a. *Marketplace*

Pelaku usaha menjajakan produk yang dijual dengan mengunggah foto produk dan deskripsi produk yang dijual di *marketplace*. *Marketplace* tersebut telah menyediakan sistem yang tertata sehingga pelaku usaha hanya perlu menunggu notifikasi jika ada konsumen yang melakukan pembelian.

b. *Website*

Seorang pelaku usaha *online* dapat membuat situs yang ditujukan khusus untuk berbisnis online. Situs tersebut memiliki alamat atau nama domain yang sesuai dengan nama toko onlinenya.

c. *Webblog*

Pelaku usaha yang memiliki budget yang terbatas bisa mengandalkan *webblog* gratis seperti *blogspot* atau *wordpress*. Dengan format *blog*, pelaku usaha dapat mengatur desain atau foto-foto produk yang ia jual.

d. Forum

Salah satu tempat berjualan secara *online* yang paling banyak digunakan adalah forum yang digunakan sebagai tempat jual beli. Biasanya, forum ini disediakan oleh situs-situs yang berbasis komunitas atau masyarakat. Dari forum ini, seseorang dapat menemukan apa yang ia cari dan apa yang sebaiknya ia jual. Untuk mengakses dan membuat posting di sebuah forum, pelaku usaha diharuskan untuk sign up terlebih dahulu untuk menjadi member dari situs tersebut.

e. Media Sosial

Salah satu sarana yang cukup efektif untuk berbisnis *online*, adalah media-media yang menyentuh masyarakat secara personal, yaitu media sosial.

#### 4. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsumant* (Belanda). Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”.<sup>21</sup> Amerika Serikat mengemukakan pengertian “konsumen” yang berasal dari *costumer* berarti “pemakai”, namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai “korban pemakaian produk cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.

Undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 butir 2 dan Pasal 1 butir 2 Kepmenperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 menyebutkan:

“setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan”.

Unsur-unsur Konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999

---

<sup>21</sup> Abdul Hakim Barakatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis Dan Perkembangan Pemikiran)* (Bandung: Nusa Media, 2008).

tentang Perlindungan Konsumen:

- a. Setiap Orang, subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya individu yang lazim disebut *natuurlijke* person atau termasuk juga badan hukum (*recht person*).
- b. Pemakai, sesuai dengan bunyi Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*).
- c. Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam ketentuan rumusan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau yang dipakai tidak serta-merta hasil dari transaksi jual beli.
- d. Barang dan/atau Jasa, saat ini penggunaan istilah produk sudah berkonotasi pada pengertian barang atau jasa. Dalam dunia perbankan istilah produk digunakan juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan. Barang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, dan atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- e. Yang Tersedia dalam Masyarakat, barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat harus tersedia dipasaran.
- f. Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, MakhluK Hidup

Lain, unsur yang diletakkan dalam defenisi itu mencoba memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar tidak hanya ditujukan untuk keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukan bagi orang lain, dan bahkan untuk makhluk hidup lainnya.

- g. Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan, pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dipertegas yakni konsumen akhir. Batasan ini sudah dipakai di berbagai negara.

Berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen yang telah dikemukakan diatas, maka konsumen dapat diklasifikasikan menjadi tiga batasan, yaitu:<sup>22</sup>

- a. Konsumen komersial (*commercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapat keuntungan.
- b. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
- c. Konsumen akhir (*ultimate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali

---

<sup>22</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kecana, 2013).

Kewajiban konsumen diataranya sebagai berikut:<sup>23</sup>

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

Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika ditengarai adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha. Di dalam Bab III Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah :

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

---

<sup>23</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

jaminan barang dan/atau jasa

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

#### **E. Konsep Operasional**

Menurut hukum tanggung jawab adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan. Menurut hukum perdata dasar pertanggung jawaban dibagi menjadi dua macam, yaitu kesalahan dan risiko. Dengan demikian dikenal dengan pertanggung jawaban atas dasar kesalahan (*lilability without based on fault*) dan pertanggung jawaban tanpa kesalahan yang dikenal (*lilability*

*without fault*) yang dikenal dengan tanggung jawab risiko atau tanggung jawab mutlak (*strick liability*).<sup>24</sup>

Perlindungan Konsumen menurut Abdul Halim Barkatullah, yaitu: Setiap orang, pada suatu waktu baik dalam posisi tunggal atau sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun, pasti menjadi konsumen untuk suatu produk atau jasa tertentu, keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang “aman”<sup>25</sup> Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri<sup>26</sup>

## **F. Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas dan untuk mempermudah pelaksanaan penelitian sehingga dapat menjawab masalah pokok yang telah dirumuskan maupun terhadap pencapaian tujuan dan manfaat sebuah penelitian, maka penulis menyusun metode penelitian sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian empiris, yaitu penelitian dengan adanya data-data lapangan sebagai sumber data utama, seperti hasil wawancara dan observasi. Penelitian empiris digunakan untuk

---

<sup>24</sup> Soekidjo Notoatmojo, *Etika Dan Hukum Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

<sup>25</sup> Barakatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis Dan Perkembangan Pemikiran)*.

<sup>26</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2006).

menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang berpola dalam kehidupan masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan. Penelitian ini disebut sebagai penelitian empiris karena penulis melakukan penelitian untuk melihat tanggung jawab pelaku usaha *online* terhadap konsumen yang dirugikan akibat penerimaan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian.

## **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang penulis tetapkan dalam penelitian ini di kota Pekanbaru. Hal ini disebabkan peneliti mengambil objek penelitian adalah pelaku usaha yang peneliti gunakan berdomisili di kota Pekanbaru.

## **3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Melalui pendapat tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha online. Penulis tidak mengambil seluruh populasi dijadikan sampel, sampel yang diambil dari populasi berdasarkan karakteristik yang dibutuhkan, yaitu sesuai permasalahan penelitian ini.

**Tabel 2. Populasi dan Sampel Penelitian**

No	Informan	Jumlah
1	Pelaku usaha online	2
2	Konsumen	5
<b>Jumlah</b>		<b>7</b>

#### 4. Data dan Sumber data

Dalam penelitian ini, sumber datanya adalah data primer yang dibedakan menjadi 3 macam:

Dalam penelitian ini, sumber datanya adalah data primer yang dibedakan menjadi 3 macam:

- a. Data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.
- b. Bahan Hukum Sekunder data yang diperoleh dari kepustakaan yang bersifat mendukung data primer yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai buku-buku, peraturan yang berlaku dan internet yang berhubungan dengan permasalahan ini.
- c. Bahan Hukum Tersier, yakni bahan hukum yang menjelaskan mengenai bahan hukum primer dan skunder

## 5. Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu

### b. Kajian Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data melalui keaktifan peneliti untuk membaca literature-literatur kepustakaan yang memiliki kolerasi dengan perlindungan hukum, guna mencari data sekunder untuk mendukung data primer.

## 6. Analisis Data.

Metode analisis data pada penelitian ini yakni secara kualitatif yakni analisis secara mendeskripsikan data yaitu putusan yang didapat lalu membandingkan dengan aturan perundang-undangan atau pendapat-pendapat ahli.

## 7. Metode Penarikan Kesimpulan

Adapun cara penulis menarik kesimpulan pada penelitian dengan menggunakan cara deduktif yaitu penarikan kesimpulan dari hal yang bersifat umum ke hal yang khusus.

## BAB II

### TINJAUAN UMUM

#### A. Tanggungjawab Pelaku Usaha

##### 1. Tanggungjawab Hukum

Salah satu tugas penting yang diemban Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah melindungi dan menciptakan kesejahteraan secara umum bagi rakyatnya. Dalam rangka itu, Negara mempunyai kewajiban untuk menjamin terselenggaranya seluruh pemenuhan hak setiap warga negara berdasarkan konstitusi. Sebagai negara yang bertujuan untuk memajukan kesejahteraan umum menimbulkan beberapa konsekuensi terhadap penyelenggaraan pemerintahan, dimana pemerintah dituntut harus berperan aktif mencampuri bidang kehidupan sosial masyarakat. Untuk itu kepada pemerintah dilimpahkan tanggung jawab untuk mengemban misi publik tersebut.<sup>27</sup>

Tanggung jawab yang dilimpahkan kepada pemerintah memiliki arti bahwa pemerinthan "bertanggung jawab atau bertanggung jawab dalam hukum; wajib secara hukum". Tanggung jawab hukum menyangkut hukum perdata dan hukum pidana dan dapat timbul dari berbagai bidang hukum, seperti kontrak, ganti rugi, pajak, atau denda yang diberikan oleh lembaga pemerintah<sup>28</sup> hal ini sejalan dengan Titik Triwulan melalui Nining Ratnaningsih pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum bagi

---

<sup>27</sup> Julista. Mustamu, *Pertanggungjawaban Hukum Pemerintah (Kajian Tentang Ruang Lingkup Dan Hubungan Dengan Diskresi)*, Jurnal Sasi Vol.20 No.2 Bulan Juli - Desember 2014, hal. 21

<sup>28</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Legal\\_liability](https://en.wikipedia.org/wiki/Legal_liability)

seseorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya.<sup>29</sup>

Tanggung jawab berdasarkan definisi dari *responsibility* adalah kewajiban bertanggungjawab atas undang-undang yang dilaksanakannya dan memperbaiki kerusakan yang ditimbulkannya. Tanggung jawab yang dibebankan kepada Pemerintah menurut penulis tepat untuk menggunakan istilah *responsibility* ini. *Responsibility* mempunyai makna yang merujuk kepada tanggung jawab pemerintah untuk melaksanakan jabatannya atas perintah undang-undang, dan pemerintah juga bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kesalahan yang dilakukan, bilamana kesalahan tersebut menimbulkan kerugian bagi pihak yang bersangkutan.<sup>30</sup>

Melihat definisi tanggungjawab menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan. Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keseharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.<sup>31</sup> Secara etimologis, pengertian *responsibility* dalam *Black Law Dictionary* menyatakan bahwa *Responsibility* berarti hal yang dapat dipertanggungjawabkan atas kewajiban, dan

---

<sup>29</sup> Nining Ratnaningsih, "Pengertian Pertanggungjawaban", <http://lembagabantuanhukumadani.blogspot.co.id> diakses pada tanggal 23 April 2022, Pukul 01.06 WIB

<sup>30</sup> Vina Akfa Dyan, *Pertanggungjawaban Hukum dan Perlindungan Hukum bagi Notaris dalam Membuat Party Acte*, Jurnal Lex Renaissance, No. 1 VOL. 2 JANUARI 2017, Hal. 165

<sup>31</sup> Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, 2005

termasuk putusan, ketrampilan, kemampuan dan kecakapan meliputi juga kewajiban bertanggungjawab atas undang-undang yang dilaksanakan.<sup>32</sup>

Sementara itu, tanggung jawab dalam kamus hukum dapat diistilahkan sebagai *liability* dan *responsibility*, istilah *liability* menunjuk pada pertanggungjawaban hukum yaitu tanggung gugat akibat kesalahan yang dilakukan oleh subjek hukum, sedangkan istilah *responsibility* menunjuk pada pertanggungjawaban politik.<sup>33</sup> Teori tanggung jawab lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari ketentuan Peraturan Perundang-Undangan sehingga teori tanggungjawab dimaknai dalam arti *liability*, sebagai suatu konsep yang terkait dengan kewajiban hukum seseorang yang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu bahwa dia dapat dikenakan suatu sanksi dalam kasus perbuatannya bertentangan dengan hukum.

Sejalan dengan pengertian diatas, Menurut Hans Kelsen teori tanggung jawab berdasarkan buku teori hukum murni dibagi menjadi beberapa bagian yaitu<sup>34</sup>:

- 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;

---

<sup>32</sup> Ridwan H.R, *Hukum Administrasi Negara*, UII Press, Yogyakarta, 2002, h. 249-250

<sup>33</sup> HR. Ridwan, 2006, *Hukum Administrasi Negara*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 337

<sup>34</sup> Berliana Meidy Putri, Skripsi, *Tanggung Jawab Pemerintah Kabupaten Jember Dalam Proses Pengurusan Dokumen Kependudukan Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan*, Jember, <http://repository.unmuhjember.ac.id>, 2019, hal. 11

- 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.

Menurut Martono, tanggung jawab secara umum dapat berarti tiga macam, masing-masing *accountability*, *responsibility* dan *liability*. Tanggung jawab dalam arti *accountability* adalah tanggung jawab yang ada kaitannya dengan keuangan atau kepercayaan, misalnya akuntan harus mempertanggung jawabkan laporan pembukuannya. Tanggung jawab dalam arti *responsibility* adalah tanggung jawab dalam arti hukum publik., kemudian tanggung jawab dalam arti *liability* yaitu tanggung jawab hukum menurut hukum perdata.<sup>35</sup>

Selanjutnya mengenai tanggungjawab hukum, Ridwan Halim mendefinisikan tanggung jawab hukum sebagai sesuatu akibat lebih lanjut dari pelaksanaan peranan, baik peranan itu merupakan hak dan kewajiban ataupun kekuasaan. Secara umum tanggung jawab hukum diartikan sebagai kewajiban untuk melakukan sesuatu atau berperilaku menurut cara tertentu tidak menyimpang dari peraturan yang telah ada.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Martono, 2007, *Kamus Hukum dan Regulasi Penerbangan*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, h. 306 – 307

<sup>36</sup> Khairrunisa, *Kedudukan, Peran dan Tanggung Jawab Hukum Direksi*, Medan, 2008, hal 4

Dilihat dari segi hukum, tanggung jawab mengandung beberapa arti<sup>37</sup>:

- a. Tanggung jawab terhadap pihak lain (*verantwoordelijkheid*) adalah kewajiban seseorang untuk mempertanggungjawabkan dan menanggung beban untuk mengganti suatu kerugian tertentu karena kesalahannya. Kesalahan tersebut dapat terjadi di bidang hukum pada umumnya dan khusus dalam hubungan tugas-tugas Administrasi.
- b. Tanggung jawab terhadap kerugian (*aansprakelijkheid*), berarti keterikatan atau tanggung jawab berdasar kebenaran terhadap suatu kesalahan atau terhadap suatu akibat dari suatu peristiwa atau suatu perilaku tertentu. Makna tanggung jawab di sini harus nampak keterkaitannya dengan suatu kaidah hukum tertentu.
- c. Tanggung jawab dari segi keuangan/kebendaan (*rekenplichtigheid*), berarti seseorang yang bertugas sebagai bendaharawan harus sewaktu-waktu dapat diminta menyelesaikan perhitungan-perhitungan atau pertanggungjawaban berhubung dengan uang atau benda yang ada di bawah kekuasaannya.

Berdasarkan pengetian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa konsep tanggung jawab hukum berubungan dengan konsep kewajiban hukum, bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan.

---

<sup>37</sup> Dedi Soemardi, S.H, *Aspek Hukum Dari Wewenang dan Tanggungjawab*, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Isu No. 3, Vol. 19, Juni 2017, hal. 164

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah suatu prinsip tanggungjawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Sifat subjektifitas muncul pada kategori bahwa seseorang yang bersikap hati-hati mencegah timbulnya kerugian pada konsumen. Berdasarkan teori tersebut, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan tuntutan kerugian kepada produsen.

Di samping faktor kesalahan dan kelalaian produsen, tuntutan ganti kerugian berdasarkan kelalaian produsen diajukan dengan bukti-bukti,<sup>38</sup> yaitu :

- a. Pihak tergugat merupakan produsen yang benar-benar mempunyai kewajiban untuk melakukan tindakan yang dapat menghindari terjadinya kerugian konsumen.
- b. Produsen tidak melaksanakan kewajiban untuk menjamin kualitas produknya sesuai dengan standar yang aman untuk di konsumsi atau digunakan.
- c. Konsumen penderita kerugian

Kelalaian produsen merupakan faktor yang mengakibatkan adanya kerugian pada konsumen (hubungan sebab akibat antara kelalaian dan kerugian konsumen).

---

<sup>38</sup> Nasution, Az, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, (Jakarta : Diadit Media, 2002), h. 20.

## 2. Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apa pun yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean<sup>39</sup>

Menurut besar Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelaku usaha adalah kegiatan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; perbuatan, pekerjaan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai sesuatu. usaha merupakan kegiatan di bidang perdagangan dengan mencari untung.<sup>40</sup> Dalam bahasa Inggris Usaha adalah business, yang mempunyai beberapa makna, yaitu *effort, mission, maximum, concern, occupation, trade, calling, affair, matter, action by an actor, ect*<sup>41</sup>

Menurut Robbin dan Coulter menjelaskan bahwa pengusaha adalah proses dari kelompok atau individu yang membuat sebuah peluang agar menjadi sebuah nilai berupa keuntungan, untuk semua yang terlibat. Sementara itu, menurut Hamaizar Z pelaku usaha merupakan usaha yang melakukan kegiatan secara tetap atau terus menerus untuk mencapai tujuan dan memperoleh keuntungan.baik

---

<sup>39</sup> <https://paralegal.id/pengertian/pengusaha/> Diakses pada tanggal 30 April 2022, pada pukul 03.54

<sup>40</sup> Muhadjir Effendy, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima, Aplikasi Luring resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016

<sup>41</sup> [http://digilib.uinsgd.ac.id/37510/5/5\\_bab2.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/37510/5/5_bab2.pdf) Diakses pada tanggal 30 April 2022, pada pukul 03.08 WIB

perorang maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbadan hukum.<sup>42</sup>

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Menurut Penjelasan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian tersebut meliputi perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.<sup>43</sup>

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut dapat dijabarkan menjadi beberapa unsur/syarat, yaitu:

- 1) Bentuk atau wujud dari pelaku usaha adalah:
  - a. Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri.
  - b. Badan usaha, adalah kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan kedalam dua kategori, yaitu:

---

<sup>42</sup> Harmaizar Z, Menangkap Peluang Usaha, (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa Ed. II, 2008), h. 13

<sup>43</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Konsumen

- a) Badan hukum, adalah badan usaha yang sudah mendaftarkan dirinya di notaris untuk mendapatkan akta pendirian yang sudah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM seperti Perseroan Terbatas (PT).
  - b) Bukan badan hukum, adalah badan usaha yang mendaftarkan dirinya di notaris yang hanya memiliki akta otentik dan tidak memiliki akta pendirian yang disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM, seperti Firm
  - c. Didirikan dan berkedudukan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia
  - d. Melakukan kegiatan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia
- 2) Kegiatan usaha tersebut harus didasarkan pada perjanjian
  - 3) Di dalam berbagai bidang ekonomi. Pengertian ini sangat luas, bukan hanya pada bidang produksi.<sup>44</sup>

Pendapat diatas juga sejalan dengan penegertian yang dituliskan dalam buku *Encyclopædia Britannica* yang menyatakan bahwa <sup>45</sup>:

*“Business enterprises customarily take one of three forms: individual proprietorships, partnerships, or limited-liability companies (or corporations). In the first form, a single person holds the entire operation as his personal property, usually managing it on a day-to-day basis. Most businesses are of this type. The second form, the partnership, may have from 2 to 50 or more members, as in the case of large law and accounting*

<sup>44</sup> <https://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/> Diakses pada tanggal 28 April 2022, Pukul 2.07 WIB

<sup>45</sup> S. Nicholas Woodward, *business enterprise, business firm, commercial enterprise, enterprise*, <https://www.britannica.com/topic/business-organization> Diakses pada tanggal 30 April 2022, pada pukul 02.12 WIB

*firms, brokerage houses, and advertising agencies. This form of business is owned by the partners themselves; they may receive varying shares of the profits depending on their investment or contribution.”*

Maka pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha Kegiatan bisnis atau usaha seperti jual beli, berdagang merupakan keseharian manusia, karena itu merupakan kebutuhan hidup. Pelaku usaha biasanya mengambil salah satu dari tiga bentuk yaitu :

- 1) **Kepemilikan individu**, yaitu suatu usaha yang dilakukan oleh satu orang yang memegang seluruh operasi sebagai milik pribadinya, biasanya mengelolanya setiap hari.
- 2) **Kemitraan**, yaitu merupakan suatu usaha yang mungkin memiliki 2 hingga 50 anggota atau lebih, seperti dalam kasus firma hukum dan akuntansi besar, rumah pialang, dan biro iklan.
- 3) **Perseroan terbatas (atau korporasi)**, yaitu usaha yang dimiliki oleh para mitra itu sendiri; mereka mungkin menerima bagian keuntungan yang berbeda-beda tergantung pada investasi atau kontribusi mereka.

Adapun jenis-jenis usaha yang dapat dilakukan baik secara individual, kemitraan, maupun perseroan terbatas dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. **Usaha Mikro**, adalah usaha yang produktif yang dimiliki orang perorang atau badan usaha yang telah diatur dalam Undang-Undang. Usaha mikro dibuat untuk menaikkan daya beli masyarakat. Usaha Mikro merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, yang memiliki sifat

tradisional, dan informal atau belum terdaftar didalam badan hukum. 23 Usaha Mikro adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukakn perorangan.<sup>46</sup>

- b. **Usaha Kecil dan Menengah.** Merupakan usaha yang memberikan kontribusi pada suatu bidang yang signifikan dalam memacu perkembangan ekonomi. Dan juga usaha yang dilihat dari skala usahanya, contohnya dalam usaha rumah tangga hanya mempunyai pegawai 1-19 orang. Masalah yang dihadapi UKM adalah dalam melakukan pemasaran. Akan tetapi UKM berhasil dikembangkan di Negara China, Jepang dan India.<sup>25</sup> Usaha Kecil dan Menengah mempunyai peranan penting dan strategi dalam ekonomi negara. UKM di Indonesiapun meningkat karena di dominasi oleh industri makanan dan minuman serta pakian baik langsung maupun secara *e-commerce*<sup>47</sup>
- c. **Usaha Makro.** Yaitu suatu usaha ekomoni produktif yang dilaksanakan oleh badan usaha dengan kekayaan yang bersih bisa dikatakan hasil penjualan lebih besar dari usaha. Usaha makro adalah usaha yang cangkupannya besar dan luas, usaha yang sudah go public dan jangka panjang, untuk meningkatkan usaha ini dilihat dari kinerja dan keuangannya.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Yesi E, Ardhan, "Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Usaha Kecil menengah berbasis Industri Kreatif Melalui ICT", Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, Vol. 2, No. 1 Tahun 2013, hal. 34.

<sup>47</sup> Jaidan Jauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan E-Commerce", Jurnal Sistem Informasi, Vol. 2, No. 1 Tahun 2010, hal. 161.

<sup>48</sup> Ay Ling, "Pengelolaan dan Perkembangan Usaha pada Usaha Kecil dan Menengah (Study deskriptif pada Rumah Makan Palembang Asri Surabaya)", Jurnal AGORA, Vol. 1, No. 1 Tahun 2013, hal. 27

Pelaku usaha dalam menjalankan perannya sebagai produsen pada dasarnya memiliki kewajiban secara hukum yang harus ditaati dalam perannya sebagai salah satu aktor sosial ekonomi, yaitu<sup>49</sup>:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

---

<sup>49</sup> M. Syamsudin Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha, hal. 9  
<https://bpkn.go.id/uploads/document/41b64ac58b0ad0d025f7911dc4d1839d6492214a.pdf> Diakses pada tanggal 30 April 2022, pada pukul 17.12 WIB

## B. Perlindungan Konsumen

### 1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Secara harfiah menggunakan kata atau istilah konsumen berasal dari bahasa Belanda yaitu *Konsument*. Berbagai pemikiran yang dituangkan dalam memberikan defines konsumen menyimpulkan bahwa pada umumnya sepakat arti konsumen adalah: “Pemakai akhir dari benda dan jasa (*Uiteindelijke Gebruiker van Goederen en Diensten*) yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha (*ondernamer*)”<sup>50</sup> sementara itu, dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia mengartikan kata *consumer* sebagai pemakai, pengguna, atau konsumen dari suatu barang yang diproduksi oleh produsen. Sehingga kata konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Pasal 1 Butir 1 Tahun 1999, tentang perlindungan konsumen disebutkan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen. Dengan adanya UU Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa

---

<sup>50</sup> Mariam Darus Badruzaman, Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar), dalam BPHN, Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Binacipta, 1986, hal. 57

menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.<sup>51</sup>

Melihat pengertian terkait dengan perlindungan konsumen, maka dapat ditemukan di dalam berbagai literatur dan dikemukakan oleh para pakar atau ahli hukum. Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen. Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Menurut Mochtar Kusumaatmadja, definisi Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukuk yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup manusia.<sup>52</sup>

Muhammad dan Alimin mendefinisikan kata konsumen dari konsep Islam, ia menyatakan bahwa konsumen adalah “setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakai akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya”<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 7.

<sup>52</sup> Happy Susanto, Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan, (Jakarta: Visimedia, 2008), hal. 4

<sup>53</sup> <http://etheses.uin-malang.ac.id/175/6/11220021%20Bab%202.pdf> Diakses pada tanggal 30 April 2022, pada pukul 14.12

Menurut pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan konsumen sebagai pemakai terakhir dari benda dan jasa, (*uiteindelijke geruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dengan konsumen pemakai terakhir<sup>54</sup>.

Pengertian di atas memperlihatkan bahwa ada perbedaan antar konsumen sebagai orang alami atau pribadi kodrati dengan konsumen sebagai pelaku usaha atau badan hukum perbedaan ini penting untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau untuk tujuan komersial (dijual, diproduksi lagi)

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.
- 2) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain untuk diperdagangkan
- 3) Konsumen akhir, yaitu setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali

---

<sup>54</sup> Abdul Halim Barkatullah, Hak-Hak Konsumen, (Bandung : Nusa Media, 2010), hal. 30

## 2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen

Hukum perlindungan konsumen pada era modern ini sangat mementingkan hak dan kewajiban bagi pelaku usaha yang menawarkan produk-produk baik dalam negeri maupun luar negeri, serta bagaimana perlindungan terhadap konsumen yang membeli produk-produk yang juga memiliki hak dan kewajiban. Dimana masing-masing mempunyai hak dan kewajiban untuk mendapatkan perlindungan agar terbentuk ekonomi yang stabil.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada akhirnya merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.<sup>55</sup>

Bertolak dari rangkain perubahan konsep pemasaran tersebut, perlindungan terhadap konsumen juga membutuhkan pemikiran yang luas pula. Pemikiran konsep secara luas dan kajian dari aspek hukum pun juga

---

<sup>55</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hal. 5.

membutuhkan wawasan hukum yang luas, sehingga tidaklah dapat dikaji dari suatu aspek hukum semata-mata. Hal ini sangat penting mengingat kepentingan konsumen pada dasarnya sudah ada sejak awal sebelum barang/jasa diproduksi selama dalam produksi sampai pada saat distribus sehingga sampai ditangan konsumen untuk dimanfaatkan secara maksimal.<sup>56</sup>

Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undangundang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang merugikan hak-hak konsumen.<sup>57</sup>

Perlindungan konsumen menjadi topik yang dinilai sangat penting unjuk berjalannya ekonomi sosial yang baik. Di Indonesia dasar hukum untuk perlindungan konsumen adalah :

- 1) Undang-Undang Dasar 1945
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangann Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tida Sehat.
- 4) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Aribtrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- 5) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

---

<sup>56</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, Ibid, hal. 7.

<sup>57</sup> Happy Susanto, opcit, hal. 4.

- 6) Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 Tentang Penangan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota.
- 7) Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Adapun asas yang melandasi tujuan perlindungan konsumen serta upaya perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya ditingkatkan praktis.<sup>58</sup> Asas perlindungan konsumen . Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 2, ada lima asas perlindungan konsumen, yaitu:

- a. Asas manfaat Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar- besarnya bagi kepentingankonsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

---

<sup>58</sup> [http://repository.uin-suska.ac.id/15287/8/8.%20BAB%20III\\_2018129IH.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/15287/8/8.%20BAB%20III_2018129IH.pdf) Diakses pada tanggal 30 April 2022, Pada pukul 15.20 WIB

- c. Asas keseimbangan Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.<sup>59</sup>

Tujuan diselenggarakannya perlindungan konsumen dalam norma atau peraturan perundang-undangan yang diatur dalam hukum positif Indonesia maka dapat dilihat pada pasal 3 UU NO 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Disebutkan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

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

---

<sup>59</sup> Sadar. M, Moh. Taufik Makarao dan Habloel Mawardi, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta : Grasindo, 2004), hal. 10

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, dan menuntut hak- haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Sebagai pengguna jasa atau barang yang dihasilkan oleh produsen, Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu: hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), hak untuk mendapat informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*) dan akhirnya hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Hak secara harfiah merupakan sesuatu hal yang boleh didapatkan dan juga tidak boleh didapatkan. Hal ini berarti bahwa hak memiliki sifat kebolehan yang tidak harus didapatkan oleh seseorang. Hukum perlindungan konsumen di dalam ketentuannya mengatur bahwa konsumen memiliki hak-hak tertentu yang diatur di dalam perundang-undangan yang berlaku.

Konsumen secara hukum memiliki hak-hak yang dilindungi oleh undang-undang, adapun hak yang di tuangkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi 9 perlindungan. Hak-hak konsumen itu sebagai berikut <sup>60</sup>:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan jasa/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.

---

<sup>60</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999> Diakses pada tanggal 30 April 2022 , pada pukul 16.23 WIB

Secara singkat, perlindungan hak-hak konsumen berdasarkan UUPK sejalan dengan pandangan Zoemrotin K. Susilo, menurutnya yang harus dilindungi, yaitu: hak untuk mendapatkan keamanan dan keselamatan; hak untuk memperoleh informasi yang benar dan jujur; hak untuk memilih barang/jasa yang dibutuhkan; hak untuk didengar pendapatnya; hak untuk mendapat ganti rugi; hak untuk mendapatkan lingkungan yang bersih dan sehat.

Aturan hukum yang dibuat bertujuan memberikan kepastian hukum berupa batasan antara hak dan kewajiban para pihak di mana hak dan kewajiban tersebut apabila dijunjung tinggi akan menciptakan keadilan. UUPK dibuat untuk memberikan kepastian hukum dan menciptakan keadilan. apabila ada sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh UUPK adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan di antara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Adrian Sutedi, 2008, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan 1, Ghalia Indonesia, Bogor. h. 9.

### **C. E-commerce**

#### **1. Pengertian E-Commerce**

Munculnya *electronic commerce* atau sering kita kenal istilah ini dengan perdagangan elektronik membawa suatu perubahan struktural yang sangat besar yang mempengaruhi organisasi perusahaan, perilaku konsumen, perekonomian dan seluruh aspek aktivitas manusia pada skala global.

Secara harfiah, perdagangan elektronik atau yang dalam bahasa Inggris disebut *electronic commerce* atau *e-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi dan jaringan computer lainnya. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-commerce ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), pemasaran elektronik (*e-marketing*), atau pemasaran online (*online marketing*), pemrosesan transaksi online (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange /EDI*), dan lainnya<sup>62</sup>

Pada umumnya perdagangan elektronik mengacu pada semua transaksi komersial yang melibatkan baik perseorangan maupun organisasi, berdasarkan proses elektronik dan transmisi data baik dalam bentuk teks, suara maupun visual image (OECD, 1998). Sedangkan menurut Choi, Stahl dan Whinston (2003) mendefinisikan perdagangan elektronik sebagai suatu pasar baru yang

---

<sup>62</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik) Diakses pada tanggal 01 Mei 2022, pukul 19.36 WIB

menawarkan komoditas jenis baru yaitu produk-produk digital melalui proses digital. Penjual produk-produk fisik juga dipengaruhi oleh proses digital ini, seperti: pemesanan online, riset pasar dan penyelesaian pembayaran merupakan bagian dari pasar baru ini. Perdagangan elektronik adalah bagian dari pendekatan pengembangan bisnis yang melibatkan aplikasi teknologi informasi dan komunikasi pada level produksi dan distribusi barang dan jasa dalam skala global.<sup>63</sup>

Pengertian *e-Commerce* menurut Laudon & Laudon (1998) adalah suatu proses untuk menjual dan membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan perantara komputer yaitu memanfaatkan jaringan komputer. Definisi *e-commerce* menurut David Baum (1999) adalah satu set teknologi, aplikasi-aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>64</sup>

Menurut McLeod dan Schell mengidentifikasi bahwa “Perdagangan elektronik, yang disebut juga *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis.” Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan Browser Web untuk membeli dan penjual produk. Meskipun pandangan ini tidak salah, ini

---

<sup>63</sup> <https://www.coursehero.com/file/68992664/Tugas-3-EKMO510205-Nico-Gunawan-530037893-2019-2docx/> Diakses pada tanggal 1 Mei 2022, pukul 19.41 WIB

<sup>64</sup> <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/> Diakses pada tanggal 1 Mei 2022, pukul 19.53 WIB

hanyalah bagian kecil dari *e-commerce*. Sebagian besar *e-commerce* terjadi antar bisnis, dan bukan bisnis dengan konsumen.<sup>65</sup>

Menurut Shurety dalam bukunya *E-business with Net Commerce*, *e-business* adalah mengenai penggunaan teknologi internet untuk melakukan transformasi proses bisnis yang dilakukan. Bentuk *e-business* yang paling mudah terlihat adalah pembelian barang secara online baik retail maupun grosir. Sementara itu, definisi *e-business* menurut IBM adalah sebuah pendekatan yang aman, fleksibel, dan terintegrasi untuk memberikan nilai bisnis yang berbeda dengan mengombinasikan sistem dan proses yang menjalankan operasi bisnis utama dengan pemanfaatan teknologi internet.

Sedangkan menurut Greenstein dan Vasarhelyi ternyata *e-business* juga termasuk kepada pertukaran informasi secara tidak langsung dihubungkan kepada pembeli yang sesungguhnya dan penjual barang. Walaupun begitu, beberapa pandangan mengenai *e-commerce* sebagai beberapa aktivitas yang berisikan bukan hanya mengenai pembelian dan penjualan di seluruh internet, melainkan juga bekerja sama dan aktivitas intrabusiness (antara aktivitas online dan termasuk didalamnya bisnis).<sup>66</sup> Secara sederhana *e-commerce* dapat diartikan sebagai pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Menurut Gao (2005) *ecommerce* adalah penggunaan jaringan komputer untuk melakukan komunikasi bisnis dan transaksi komersial.

---

<sup>65</sup> Mari Rahmawati, Penggunaan Sistem Informasi Dalam Komunikasi Bisnis Secara Elektronik, Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2, September 2017, hal. 41

<sup>66</sup> F.X. Adi Purwanto, Analisis Kepercayaan Konsumen dalam Belanja Online di Bukalapak.Com Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM), Jurnal Ekonomika, Vol. 9 No. 1 Juni 2016, hal. 15

## 2. Model Bisnis Perdagangan *E-Commerce* di Indonesia

Melihat perbedaan antara perdagangan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak *melalui e-commerce* dan dengan yang melakukan perdagangan melalui *e-commerce* pada dasarnya terdapat beberapa komponen standar yang dimiliki *e-commerce* dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara offline, yaitu :

- 1) Produk, banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer, buku, musik, pakaian, mainan, dan lain-lain.
- 2) Tempat menjual produk (*a place to sell*), tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki *domain* dan *hosting*.
- 3) Cara menerima pesanan, seperti e-mail, telepon, sms dan lain-lain.
- 4) Cara pembayaran, baik berupa cash, cek, kartu kredit, dan internet payment (misalnya paypal).
- 5) Metode pengiriman, pengiriman bisa dilakukan melalui paket, salesman, atau diunduh jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya *software*).
- 6) *Customer service*, terdapat *customer service* yang dapat dihubungi melalui e-mail, formulir online, telephone, chatting, dan lain-lain.

Adapun penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Adapun sifat transaksi tersebut menurut Suyanto tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan <sup>67</sup>:

---

<sup>67</sup> <https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/> Diakses pada tanggal 01 Mei 2022, pukul 20:23 WIB

- 1) *Business to business (B2B)*, adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Contoh model *ecommerce* ini adalah beberapa situs *e-banking* yang melayani transaksi antar perusahaan.
- 2) *Business to Consumer (B2C)*, adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara penjual (penyedia jasa *e-commerce*) dengan individual *buyers* atau pembeli. Contoh model *ecommerce* ini adalah *airasia.com*.
- 3) *Consumer to Consumer (C2C)*, adalah model *e-commerce* dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep *e-commerce* jenis ini banyak digunakan dalam situs online auction atau lelang secara online. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan konsep C2C adalah *e-bay.com*.
- 4) *Consumer to Business (C2B)*, adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis *e-commerce* seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan model bisnis seperti ini adalah *priceline.com*.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya *Electronic Commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web*

*Internet*. M. Suyanto dalam tulisannya menyatakan bahwa perdagangan elektronik atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet .<sup>68</sup>

Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston (1997) dalam buku M. Suyanto mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa perspektif berikut<sup>69</sup> :

- 1) Perspektif Komunikasi : *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana eletronik lainnya.
- 2) Perspektif Proses Bisnis : *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
- 3) Perspektif Layanan: *e-commerce* merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
- 4) Perspektif *Online e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Dalam dunia *e-commerce*, terdapat beberapa model bisnis yang dapat dikategorikan menjadi sembilan model bisnis. Kesembilan model ini adalah:

---

<sup>68</sup> Melgiana Medah, *E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan*, Jurnal Partner, Tahun 16 Nomor 1, hal. 75

<sup>69</sup> Rose Rahmidani, Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, hal. 346, Web.  
[http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26.%20Rose%20Rahmidani%20%28hal%20344-352%29\\_0.pdf](http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26.%20Rose%20Rahmidani%20%28hal%20344-352%29_0.pdf) Diakses pada tanggal 1 Mei 2022, Pukul 20.27 WIB

- a. *Virtual Storefront*, yang menjual produk fisik atau jasa secara online, sedangkan pengirimannya menggunakan sarana-sarana tradisional.
- b. *Marketplace Concentrator*, yaitu yang memusatkan informasi mengenai produk dan jasa dari beberapa produsen pada satu titik sentral
- c. *Information Broker*, yaitu menyediakan informasi mengenai produk, harga dan ketersediaannya dan kadang menyediakan fasilitas transaksi.
- d. *Transaction Broker*, yaitu pembeli dapat mengamati berbagai tarif dan syarat pembelian, namun aktivitas bisnis utamanya adalah memfasilitasi transaksi.
- e. *Electronict Clearinghouses*, yaitu menyediakan suasana seperti tempat lelang produk, dimana harga dan ketersediaan selalu berubah tergantung pada reaksi konsumen.
- f. *Reverse Auction*, yaitu konsumen mengajukan tawaran kepada berbagai penjual untuk membeli barang atau jasa dengan harga yang dispesifikasi oleh pembeli.
- g. *Digital Product Delivery*, yaitu menjual dan mengirim perangkat lunak, multimedia dan produk digital lainnya lewat internet.
- h. *Content Provider*, yaitu menyediakan layanan dan dukungan bagi para pemakai perangkat lunak dan perangkat keras.
- i. *Online Service Provider*, yaitu menyediakan layanan dan dukungan bagi para pemakai perangkat lunak dan perangkat keras.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Muhammad, dkk, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, hal. 121

### 3. *E-Trust*

Belanja online di situs marketplace tidak memungkinkan terjadinya kontak langsung antara calon pembeli dan penjual. Konsumen hanya akan memilih dan mempertimbangkan untuk membeli produk melalui gambar dan informasi yang tertera pada halaman website saja, jadi disinilah pembelian akan bergantung sepenuhnya pada persepsi dan kepercayaan calon pembeli terhadap pengelola situs dan penjual. Karena salah satu fondasi terpenting dari belanja online adalah tingkat kepercayaan konsumen.<sup>71</sup>

*E-Trust* merupakan hal penting karena secara logisnya konsumen mempunyai tingkat persepsi risiko yang lebih tinggi daripada transaksi non online dalam hal pengiriman, pembayaran, dan informasi personal. Maka dari itu, konsumen online hanya akan bertransaksi dengan bisnis *e-commerce* yang mereka percaya. Hingga konsumen percaya bahwa situs online yang bersangkutan tidak akan memberi mereka kerugian, konsumen tidak akan merasa nyaman dan tidak berniat untuk berbelanja di situs online tersebut.<sup>72</sup>

Giovanis dan Athanasopoulou memberi penjelasan terkait e-trust sebagai se-buah permulaan dasar dari hubungan pembentukan dan pemeliharaan antara pelanggan dan penjual online. Sehingga, jika informasi yang diberikan penjual jelas, akurat dan lengkap maka pelanggan akan menanggapi situs jual beli atau

---

<sup>71</sup> <http://digilib.polban.ac.id/files/disk1/225/jbptppolban-gdl-ridwanachd-11232-3-bab2--4.pdf>  
Diakses pada tanggal 02 Mei 2022, pada pukul 00.25 WIB

<sup>72</sup> Amila Sativa, Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M., Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia), Diponegoro Journal Of Management, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, Hal. 2

toko online tidak mementingkan kesempatan semata sehingga ini akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap jasa pembelian online yang diberikan oleh pengelola situs jual beli dan produsen.<sup>73</sup>

Menurut Kim et al., dimensi e-trust terdiri atas tiga dimensi yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*). Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Sedangkan kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi.

Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Lalu integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Riski Taufik Hidayah, The Effect Of E-Trust And Marketing Public Relation On Consumer E-Loyalty Of Lazada, JIET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan) Vol. 2, No. 2 (2017), hal . 61

<sup>74</sup> Ridwan Achdiat Kartono, Ii Halilah, Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak,Poblan (Industrial Research Workshop and National Seminar), hal. 1206

## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### **A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha *Online* Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Penerimaan Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian.**

Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi dan informasi di era globalisasi saat ini berjalan sangat pesat seiring laju pembangunan di segala bidang, terutama bidang perekonomian. *E-commerce* merupakan bentuk sistem perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan internet sebagai media perantaranya. Karakteristik yang paling menonjol dari *e-commerce* dalam dunia perdagangan adalah ruang dan jarak yang luas antara penjual dan pembeli. Hal tersebut menyebabkan penjual dan pembeli tidak harus bertemu untuk melakukan transaksi dan dengan menggunakan media internet menjadikan transaksi tersebut mudah diakses kapanpun dan dimanapun.

Utamanya dalam melakukan transaksi jual beli secara online baik dari pihak pelaku usaha maupun konsumen mendasarkan transaksi tersebut atas kepercayaan. Artinya, antara para pihak harus memiliki rasa kepercayaan terhadap satu sama lain dikarenakan tidak saling bertemu para pihak secara langsung dalam melakukan transaksi jual beli online.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Chory Ayu Sugesti, Si Ngurah Ardhya, Muhamad Jodi Setianto, *Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen Di Kota Singaraja*,

## 1. Contoh Kasus dan Kronologi dari Sudut Pandang Pembeli

Salah satu permasalahan yang terjadi terkait dengan ketidak sesuaian produk yang diiklankan dan yang diterima oleh konsumen dialami oleh Adili Robli salah satu orang yang pernah mengalami kerugian akibat pengiklanan barang yang dipromosikan melalui media online seperti Instagram dan TiktokShop, hal ini bermula pada tanggal 31 Sptember 2021 Hasil Wawancara.<sup>76</sup>

Adapun kronologi berbelanja di salah satu toko online yang bernama Honey Fect, lalu Adil ingin membeli salah satu sepatu yang berada di salah di toko online tersebut dengan merek *Sketchers* (dengan harga Rp. 250.000 dan ongkos kirim yang dia bayar sebesar Rp.10.000, total pembayaran dalam pembelian tersebut sebesar Rp. 260.000, setelah pembayaran selesai lalu penjual mengirim barang tersebut dengan jangka pengiriman barang selama 2 hari masa kerja melalui jasa ekspedisi JNE. Pada tanggal 02 Oktober 2021, kiriman barang dari pihak penjual datang lalu

Adil langsung menerima barang yang dipesannya dan membuka barang pesannya tersebut. Setelah Adil membuka barang tersebut barang yang dikirim tidak sesuai sama barang yang dipesannya. Barang yang di kirim oleh toko tidak seperti yang dijelaskan dengan warna yang tidak sesuai dan bahan yang kurang baik (bermutu). Jika dibandingkan harga dengan lapak lain barang yang dikirim oleh penjual harganya 600% lebih murah sehingga membuat Adil tertarik untuk membeli sepatu merek *sketchers* tersebut.

---

<sup>76</sup> Hasil Wawancara Adli Robli sebagai Pembeli, tanggal 4 Juli 2022, jam 21.32 WIB

Kasus kedua yaitu Lili Suryani yaitu salah satu konsumen Tokopedia yang mengalami kerugian akibat penjualan melalui Platform Tokopedia.<sup>77</sup> Hal ini terjadi pada tanggal 14 Januari 2022, Lili membeli baju disalah satu toko online Nj\_Shoo dia salah satu media online Instagram, dengan pembelian baju dengan pilihan beberapa warna yang disediakan yaitu warna hitam, merah, ungu, putih, dan ungu. Lili membeli 1 baju yang tersedia di toko tersebut berwarna putih dengan harga Rp. 52.000,- dan harga ongkos kirim yang Lili bayar sebesar Rp. 9.000,- total pembelian di toko tersebut yaitu Rp. 61.000,- setelah pembayaran dilakukan oleh Lili lalu toko langsung memproses pesanan untuk dikirim oleh jasa pengiriman barang selama kurang lebih 3-4 hari perjalanan. Pada tanggal 17 Januari 2022 barang yang di pesan oleh Lili sampai di rumah. Setelah sampai Lili bergegas untuk mengecek barang yang dipesannya, setelah di cek barang yang dipesannya ternyata tidak sesuai dengan yang diiklankan oleh penjual. Sehingga perbuatan yang dilakukan oleh penjual tersebut sejatinya menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Hal serupa juga terjadi dengan beberapa konsumen yang penulis lakukan wawancara terkait dengan pembelian barang di toko online yang menjadi subjek di dalam penelitian penulis, dimana keterangan yang diberikan juga tidak jauh berbeda, dimana para konsumen tertarik untuk membeli produk di toko online tersebut karena harga yang dianggap murah dengan kualitas yang bagus.

Pada dasarnya, proses pembelian yang dilakukan oleh para pembeli online memiliki mekanisme yang sama, dimana proses tersebut dimulai dengan

---

<sup>77</sup> Hasil Wawancara Lili Suryani sebagai Pembeli, tanggal 5 Juli 2022, jam 21.32 WIB

mengunjungi situs hingga pembelian. Berikut adalah beberapa proses atau prosedur transaksi jual beli online antara lain sebagai berikut :

- 1) Proses pertama adalah calon pembeli mengunjungi situs perbelanjaan online atau login melalui aplikasi online, beberapa contoh aplikasi online yang sudah tersedia, dalam kasus ini adalah instagram dan aplikasi tiktok, ketika sudah masuk, calon pembeli dapat melakukan pencarian barang yang diinginkan.
- 2) Jika sudah menemukan jenis barang yang di cari, langsung saja menekan tanda keranjang yang tersedia dilaman aplikasi. Jika sudah, setelah itu tekan checkout untuk memesan barang. Jika melalui instagram, pembeli dapat menghubungi langsung penjual untuk menanyakan ketersediaan.
- 3) Pada aplikasi tiktok, sudah menyediakan beberapa jasa pembayaran barang baik secara (COD) maupun transfer via banking. Jika melalui instagram yang menjadi permasalahan dalam skripsi ini, yaitu calon pembeli hanya dapat melakukan pembayaran melalui transfer uang melalui bank.
- 4) Setelah melakukan pembayaran, pembeli hanya menunggu datangnya barang yang telah pesan.
- 5) Ketika barang sudah sampai, pembeli kemudian membuka barang yang telah dikirim oleh penjual, hanya saja terkadang barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang diiklankan di sosial media tempat penjual menjual barang atau produknya. Sehingga membuat konsumen merasa dirugikan karena perbuatan tersebut.

## 2. Penjelasan dari Pihak Penjual

(Periklanan adalah simbol utama dari masyarakat konsumen, iklan memainkan peran penting dalam membuat tersedia informasi untuk konsumen dimana pelaku usaha yang mengiklankan produk berharap konsumen untuk memiliki). Melalui iklan, pelaku usaha seharusnya dapat lebih mendekati diri kepada konsumen, dengan menghasilkan beraneka produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Informasi Iklan yang benar dan bertanggung jawab dapat membantu konsumen menetapkan pilihan yang tepat, artinya sesuai kebutuhan dan kemampuannya.<sup>78</sup>

Permasalahan yang timbul terkait dengan periklanan barang di sosial media terkadang meimbulkan pemikiran dan imajinasi tersendiri. Hal ini karena adanya suatu harapan yang diletakan pada barang yang akan dibeli hanya melihat melalui photo atau gambar yang diiklankan di sosial media. Menurut penjual yang menjadi subjek dalam penelitian ini, pada dasarnya terdapat dua faktor utama terjadinya salah paham dalam jual beli online yang terjadi, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu:

### 1) Faktor Internal Penjual

Hubungan penjual terkadang tidak selalu menjadi pihak pertama dalam jual beli online. Dalam artian bahwa penjual menjadi pihak kedua, hal ini dpaat dijelaskan bahwa sebelum barang diperjual belikan kepada consumer, penjual sebelumnya telah melakukan jual beli dengan pihak pertama. Melihat pada

---

<sup>78</sup> Taufik H Simatupang. 2004. Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen.. Bandung: PT Cipta Aditya Bakti

sifatnya, maka tipe jual beli ini dapat dikatakan sebagai *business to business to consumer*. Hal ini sesuai dengan wawancara yang penulis lakukan kepada pihak penjual sepatu online dengan nama akun MyFeet. Dimana owner dari toko jual beli online tersebut menyatakan bahwa

*“sepatu yang kami jual tidak kami produksi sendiri, melainkan mengambil barang dari pihak pertama”*.<sup>79</sup>

Pandang dair konsumen kepada pelaku usaha, terkait dengan iklan yang menyesatkan sebagai perbuatan pelaku usaha yang sengaja atau lalai dalam memberikan pernyataan atau gambaran atas produk yang tidak benar, tidak jelas, dan atau tidak jujur, menurut penjual adalah hal yang tidak benar. Menurut penjual barang yang ditampilkan sudah sesuai denagan barang yang nantinya akan dikirimkan kepada konsumen, menurut penjual untuk menjawab permasalahan ini yaitu

*“terkadang ketidaktahuan bahan oleh konsumen menyebabkan terjadinya kesalahan pahaman akan barang yang diterima nantinya. Mungkin terkait dengan ketidak sesuai warna itu terjadi karena pencahayaan ruangan saat pengambilan photot barang. Mungkin saja cahaya tersebut merubah warna lebih sedikit terang atau sedikit lebih gelap. Atau terkadang juga keran filter aplikasi yang kami gunakan, tetapi hal ini tidak bertujuan membohongi konsumen.”*

---

<sup>79</sup> Hasil wawancara yang dilakukan kepada Owner MyFeet pada tanggal 10 Agustus 2022

## 2) Faktor Eksternal

Adanya sudut pandang berbeda yang memberikan uraian mengenai iklan yang menyesatkan. Pertama, dari sudut pandang konsumen, iklan yang menyesatkan dipandang sebagai pernyataan atau gambaran atas produk yang menyebabkan konsumen terpedaya oleh janji pelaku usaha dan mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Dalam hal ini menurut penjual

*“terkadang kesalahan terjadi tidak dari pihak penjual melainkan dari pihak pembeli yang terlalu berharap bahwa barang yang dijual akan sama bahannya dengan barang yang dijual oleh brand besar. Padahal harga yang kami jual itu sangat murah, bahkan rata-rata dibawah Rp. 200.000,-. Sehingga barang yang diterima telah sesuai dengan harga.”<sup>80</sup>*

Terkait dengan hal ini pula, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tujuan dari pelaku usaha untuk melakukan pembohongan terkait dengan produk barang yang diiklankan, kemudian penjual dalam mempromosikan dagangannya juga tidak ada unsur manipulasi dan paksaan, hal ini sesuai dengan sesi wawancara terakhir yaitu

*“konsumen memiliki hak untuk produk mana yang menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada perilaku usaha dan produsen yang mampu menetapkan harga berlebihan atau menawarkan produk dengan kualitas yang rendah, karena hal ini juga akan berdampak pada usaha yang aya jalankan kedepannya.”*

---

<sup>80</sup> Hasil wawancara yang dilakukan kepada Owner MyFeet pada tanggal 10 Agustus 2022

### 3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online dari Segi Hukum

Pembahasan dalam Hukum Perlindungan Konsumen pada dasarnya mencakup bagaimana seharusnya pelaku usaha dalam melaksanakan tugas dan kewajiban sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan oleh pelaku usaha dan konsumen. Sebagaimana halnya dunia bisnis tradisional yang tidak lepas dari masalah-masalah, *e-commerce* juga tidak ketinggalan dihadapkan dengan berbagai persoalan yang tidak begitu jauh bedanya tetapi letak masalahnya berbeda dan bersifat lebih kompleks yaitu berupa ancaman penyalahgunaan dan kegagalan sistem yang terjadi. Hal ini meliputi<sup>81</sup>:

1. kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan,
2. pencurian informasi rahasia,
3. penggunaan akses ke sumber pihak yang tidak berhak,
4. kehilangan kepercayaan dari para konsumen dan kerugian-kerugian yang tidak terduga misalnya gangguan dari luar yang tidak terduga,
5. ketidakjujuran,
6. praktek bisnis yang tidak benar,
7. kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

Mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 19 Sampai dengan Pasal 28. Menurut Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tanggung jawab pelaku usaha adalah sebagai berikut:

---

<sup>81</sup> Afrineldi, *Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*, Jurnal Ilmiah Publik,

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara dengan nilainya. Atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan perundangundangan yang berlaku.<sup>82</sup>

Perjanjian jual-beli antara kedua belah pihak otomatis telah terjadi transaksi jual-beli meskipun barang belum diterima konsumen. Sesuai pada Pasal 1458 KUHPERdata “Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.” Dengan begitu pihak penjual harus memenuhi prestasinya sesuai yang diperjanjikan.<sup>83</sup>

Terkait dengan perlindungan konsumen, 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.<sup>84</sup>

---

<sup>82</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 45

<sup>83</sup> KUHPERdata, <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/17229/burgerlijk-wetboek> Diakses pada tanggal 14 Mei 2022, pukul 13.45 WIB

<sup>84</sup> Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Berdasarkan argumentasi tersebut, maka telah dipenuhi oleh para pihak dengan ditandai pihak konsumen telah melakukan komunikasi dengan pihak penjual untuk menentukan dan memesan barang yang akan dibeli, dan pembeli setuju ditandai dengan cara menekan tombol keranjang dan beli serta sudah membayar, serta penjual juga sudah menyetujui akan barang yang dimaksud. Dengan objeknya yaitu kain baju yang mana objek perjanjian tersebut tidak dilarang undang-undang.

Iklan merupakan salah satu bagian dari promosi barang dan/atau jasa yang diperjual-belikan oleh pelaku usaha. Iklan merupakan wujud presentasi dan pencitraan sebuah produk secara langsung kepada konsumen. Iklan dapat berupa gambar visual, suara, deskripsi kata dan bentuk lain yang disampaikan secara langsung melalui media massa yaitu media cetak, media elektronik, media online dan ruang publik. Iklan menurut beberapa ahli yaitu, segala pesan tentang produk yang disampaikan lewat media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat<sup>85</sup>

Berdasarkan pada penelitian pada kasus pertama dan kedua, penjual memiliki pola yang sama dalam menawarkan barang dagangannya. yaitu pada konsumen I penjual yaitu seorang konsumen ingin membeli pakaian di salah satu *merchant* penjual di situs tersebut, ketika sedang mencari barang yang sesuai kriteria yang diinginkan, konsumen menemukan salah satu iklan berupa gambar model dengan pakaiannya yang menarik sesuai yang diinginkan.

---

<sup>85</sup> Halim B, Abdul, Hak-Hak Konsumen, Bandung, Nusa Media, hlm.50.

## **B. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Konsumen Yang Dirugikan Oleh Pelaku Usaha Online Yang Tidak Memberikan Barang Sesuai Perjanjian.**

Pada dasarnya tidak seorangpun menghendaki terjadinya sengketa dengan orang lain, tidak terkecuali dalam kegiatan bisnis khususnya antara produsen dan konsumen. Apabila hal ini terjadi, maka mengakibatkan kerugian-kerugian kepada pihak-pihak yang bersengketa baik yang berada pada posisi yang benar maupun pada posisi yang salah. Walaupun demikian, sengketa diantara mereka kadang-kadang tidak dapat dihindari. Hal ini disebabkan karena adanya kesalahpahaman, pelanggaran undang-undang, ingkar janji, kepentingan yang berlawanan, kerugian salah satu pihak.

Salah satu permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini, yaitu terkait dengan ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen. Berdasarkan peraturan periklanan pada Ayat 1 Pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi iklan yang:<sup>86</sup>

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tariff jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;

---

<sup>86</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- d. Tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
- e. Mengeksploitasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. Melanggar etika dan/ atau ketentuan peraturan perundangundangan mengenai periklanan.

Peraturan lainnya mengenai kewajiban pelaku usaha dalam perdagangan online juga diatur pada Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan 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.

Perjanjian sebagai sarana untuk mengatur pertukaran hak dan kewajiban diharapkan dapat berlangsung dengan baik, *fair* dan proporsional sesuai kesepakatan para pihak. Terutama pada perjanjian yang bersifat komersial, baik pada tahap sebelum perjanjian, pembentukan perjanjian maupun pelaksanaannya. Pasal 1313 KUHPerdara menyatakan: “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.<sup>87</sup> Berdasarkan rumusan pengertian perjanjian yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa perjanjian itu terdiri dari: Ada pihak-pihak; ada persetujuan antara pihak-pihak; ada prestasi yang akan di laksanakan, ada bentuk

---

<sup>87</sup> KUHPerdara (burgelijk wetboek) ,diterjemahkan oleh R. Soebekti dan R. Tjitrisadibio, Jakarta: Pradya Paramita, cetakan 8, 1976, Pasal 1313

tertentu lisan atau tulisan; ada syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian; ada tujuan yang hendak di capai.

Menurut ayat (1) Pasal 1338 KUHPerdara menyatakan bahwa “Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.....”.<sup>126</sup> Ayat ini mengandung asas *pacta sun servanda*, yang bermakna bahwa para pihak yang melakukan perjanjian harus mematuhi perjanjian yang mereka buat. Apabila ada salah satu pihak melakukan wanprestasi atau tidak menjalankan perjanjian yang telah disepakati bersama, maka pihak lainnya bisa melakukan penuntutan ganti rugi.

Berdasarkan analisa penulis, hal tersebut pada kasus I dan II penjual telah melanggar perjanjian yang dibuat di syarat & ketentuan UUPK karena tidak memberi deskripsi gambar dan informasi yang benar dan jujur, selain itu penjual juga tidak merespon dan menerima permintaan konsumen untuk pengembalian dan penggantian barang dengan cara berdalih bahwa barang yang dikirim telah sesuai dengan yang ada di gambar ataupun photo serta video yang diiklankan oleh penjual (*owner*) sehingga penjual tidak memiliki alasan untuk dilakukannya pengembalian barang. Pada dasarnya hal ini menyebabkan konsumen rugi karena barang yang tidak sesuai iklan .

Pemenuhan hak-hak konsumen telah dijamin dalam Pasal 4 UndangUndang Nomor 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut<sup>88</sup> :

---

<sup>88</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- j. Hak atas kenyamanan, kemanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- k. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- l. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan barang dan/atau jasa;
- m. Hak untuk didengar pendapatnya dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- n. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- o. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- p. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- q. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

Indonesia sebagai Negara hukum menjamin pengakuan dan perlindungan terhadap *fundamental right* bagi seluruh rakyatnya, tak terkecuali pula dalam melakukan suatu transaksi baik secara konvensional maupun online. Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau UUPK guna melindungi konsumen yang sering dirugikan.

Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha yang lebih kuat dalam banyak hal. Yang mana pada hal ini konsumen selaku pihak yang memerlukan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha diharuskan mengikuti aturan yang telah ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha. Kerugian dalam hukum dapat dipisahkan menjadi dua klasifikasi, yakni<sup>89</sup>:

1. kerugian material yakni kerugian yang dapat dihitung jumlahnya berdasarkan nominal, kerugian ini biasanya terjadi dalam kasus Wanprestasi;
2. kerugian immaterial yakni kerugian yang tidak dapat dihitung jumlahnya berdasarkan nominal, kerugian ini biasanya terjadi dalam kasus PMH .

Secara garis besar larangan yang dikenakan dalam Pasal 8 UUPK tersebut dapat dibagi ke dalam dua larangan pokok yaitu :<sup>90</sup>

1. larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat atau standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen;
2. larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar dan tidak akurat yang menyesatkan konsumen.

---

<sup>89</sup> Ibrahim Nainggolan, Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia, *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. 2 No. 1, (2021), hal. 1065

<sup>90</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hal. 39

Jual beli online merupakan hubungan hukum yang mirip dengan jual-beli konvensional namun dalam jual-beli online yang terbentuk hubungan hukumnya secara virtual, sebagai contoh jual beli tradisional hubungannya hanya berdasarkan hukum perdata namun jual beli online memasuki hubungan hukum yang lebih dalam yaitu berdasarkan kontrak yang dibuat secara virtual. Hubungan hukum secara virtual berdasarkan undang-undang 19 tahun 2016 tentang Informasi dan transaksi elektronik, segala bentuk pertanggungjawaban secara elektronik ditanggung oleh pihak yang tidak mampu melaksanakan kewajibannya secara benar.<sup>91</sup>

Bentuk-bentuk ingkar janji atau wanprestasi dalam jual beli online adalah melakukan sesuatu yang dijanjikan namun salah, melakukan sesuatu yang dijanjikan namun terlambat dan tidak melakukan sesuatu. Sebagai contoh kasus adalah yang terjadi pada Adil dan Lili yang membeli suatu barang namun barang yang dikirim oleh penjual berbeda dengan yang dijanjikan seperti yang telah penuli jelaskan pada sub bab A pada bab ini, hal ini merupakan salah satu bentuk wanprestasi atau ingkar janji yang harus diberikan mekanisme pertanggungjawaban.

Sengketa ini dapat menyangkut pemberian sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu sebagaimana diatur dalam Pasal 1233 jo 1234 KUH Perdata atau dapat pula berbagai kombinasi dari prestasi tersebut. Objek sengketa

---

<sup>91</sup> Glenn Biondi, Analisis yuridis keabsahan kesepakatan melalui surat elektronik berdasarkan hukum indonesia, (Jakarta:Jurnal Media Neliti, 2014) h.4.

konsumen dalam hal ini dibatasi hanya menyangkut produk konsumen yaitu barang atau jasa.

Sedangkan untuk perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*) dapat dilakukan melalui jalur Pengadilan Negeri (PN) atau diluar Pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dalam artian lain pihak yang bersengketa dapat menyelesaikannya baik dari jalur litigasi maupun non litigasi berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa.<sup>92</sup>

Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau terdapat cacat tersembunyi.

Selain itu, jika barang yang diterima tidak sesuai foto pada iklan, Anda juga dapat menggugat penjual secara perdata dengan dalih terjadinya wanprestasi atas transaksi jual beli yang dilakukan. Adapun pasal pasal yang berkenaan dengan gugatan yang dilakukan secara keperdataan yaitu<sup>93</sup>:

- 1) Pasal 1865 BW : setiap orang yang mendalilkan bahwa ia merupakan sesuatu hak, diwajibkan membuktikan adanya hak tersebut. Ternyata tanggung gugat berdasarkan

---

<sup>92</sup> Nor Faizah, Christiana Retnaningsih, A. Joko Purwoko, Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Megkonsumsi Makanan Dan Minuman Kemasan Di Kota Semarang, Jurnal Hukum Kesehatan, Vol. 1 No.1 (2015), hal 15

<sup>93</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

- 2) Pasal 1365 BW ini sangat lemah oleh karena : - Berdasarkan kesalahan - Pembuktiannya sangat sulit - Luasnya cakupan yang bisa digugat oleh Pasal 1370 dan 1371. Pasal 1370 : mati Pasal 1371 : luka/cacad Besarnya ganti rugi Mengenai tanggung gugat pelaku usaha ini diatur dalam Bab VI UUPK mulai dari Pasal 19 sampai dengan 28.

Dalam perlindungan konsumen dan transaksi elektronik diatur dalam UU Perlindungan Konsumen serta UU ITE yang kemudian dijadikan sebagai landasan untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dan proses penyelesaian sengketa dalam transaksi e-commerce. Dalam PP No 71/2019 Tentang penyelenggaraan elektronik Pasal 22 ayat (1) mengatur penyelenggara wajib memberikan rekam jejak elektronik. Rekam jejak dilakukan untuk melakukan penegakan hukum, penyelesaian sengketa, verifikasi, pengujian, dan pemeriksaan lainnya. Apabila penyelenggara elektronik tidak memberikan rekam jejak elektronik maka dapat dikenakan sanksi berupa pidana penjara maksimal 5 tahun.

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam transaksi adalah klausula baku. Konsumen dapat melaporkan terkait klausula baku yang mungkin dapat merugikan konsumen ke BPSK meskipun masih dalam pra transaksi. Walaupun sudah dalam tahap setuju maka perjanjiannya masih sah namun untuk klausula bakunya dapat dimohonkan ke BPSK dan nantinya akan ditindak lanjuti. Perkembangan teknologi blockchain akan mengharuskan konsumen untuk

memahami smart contract karena pada masa yang akan datang penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara online.<sup>94</sup>

Sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerugian yang didapat dari konsumsi barang/jasa dari pelaku usaha. Dalam penyelesaian sengketa konsumen ada kekhususan bahwa yang hadir dalam sidang adalah pelaku usaha. Dalam sidang konvensional BPSK tidak mengalami kendala. Dalam sidang ini konsumen diberikan hak untuk memilih jenis penyelesaian apakah media, konsiliasi, atau arbitrase. Penyelesaian sengketa dipilih oleh para pihak. Kembali pada tugas dan wewenang BPSK, dengan adanya pengaduan BPSK akan memanggil para pihak ke UPT untuk melakukan mediasi awal, apabila mediasi awal tidak tercapai maka akan dilaksanakan persidangan melalui arbitrase. Terkait dengan siding online, nantinya para pihak dilakukan secara online.<sup>95</sup>

Hal ini dapat dilihat dari ketentuan Pasal 28 UUPK yaitu : pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22 dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Yang dimaksud dengan produk cacat dapat dikategorikan ke dalam 3 bentuk yaitu : pertama, cacat dalam produk (*productions flaws*), kedua cacat dalam design (*design defects*), dan ketiga ketidaktepatan informasi (*in adequate information*). Jika dikaitkan dengan pelabelan, maka ketidaktepatan

---

<sup>94</sup> <https://fh.unair.ac.id/hukum-bisnis/pola-penyelesaian-sengketa-konsumen-transaksi-elektronik/>  
Diakses pada tanggal 22 Juli 2022, Pukul 01:11 WIB

<sup>95</sup> <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12643/Kewenangan-BPSK-Memeriksa-Keberatan-Lelang-Eksekusi-Pasal-6-Undang-Undang-Hak-Tanggung-jawab.html> Diakses pada tanggal 22 Juli 2022, pukul 01:45 WIB

informasi pada pelabelan dapat dianggap sebagai salah satu jenis cacat produk. Akan tetapi di Indonesia, UUPK tidak memakai istilah cacat produk. Istilah yang dipakai dalam UUPK adalah : - Cacat tersembunyi, sebagaimana diatur dalam Pasal 9 ayat (1) huruf f dan Pasal 11 (b). - Cacat atau bekas, sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat (2) dan ayat (3).<sup>96</sup>

Dari apa yang telah diuraikan di atas dapat saya simpulkan bahwa meskipun Indonesia tidak menganut prinsip tanggung gugat mutlak, namun dalam UUPK, ketentuan yang mengisyaratkan adanya tanggung gugat produk tersebut dimuat dalam Pasal 7 sampai dengan Pasal 11.

Pelanggaran terhadap pasal-pasal tersebut (mulai Pasal 8) dikategorikan sebagai tindak pidana menurut ketentuan Pasal 62 UUPK. Pasal 19 ayat (1) UUPK, secara lebih tegas merumuskan tanggung jawab produk ini dengan menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

---

<sup>96</sup> <https://lsc.bphn.go.id/konsultasiView?id=538> Diakses pada tanggal 22 Juli 2022, Pukul 1:15 WIB

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Tanggung jawab pelaku usaha online terhadap konsumen yang dirugikan akibat penerimaan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian di kota pekanbaru berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa penerimaan barang yang tidak sesuai pada dasarnya masih kerap terjadi, hal ini terlihat dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada konsumen yang merasa dirugikan oleh penjual (toko online) terkait dengan penerimaan barang yang tidak sesuai. Disatu sisi, menurut penjual terkait dengan pertanggungjawaban yang dituntut oleh konsumen menyatakan bahwa kesalahan tidak sepenuhnya terjadi dari penjual, hal ini dapat terjadi karena ketidaktahuan pembeli terkait dengan bahan produk, dan faktor lain dapat terjadi pula karena pencahayaan saat pengambilan gambar produk yang menyebabkan warna dapat lebih terang atau lebih gelap.
2. Upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha online yang tidak memberikan barang sesuai perjanjian berdasarkan UUPK yaitu dapat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengan cara mengajukan gugatan kepada peradilan di tempat kedudukan konsumen tersebut. selain itu pula terdapat cara konvensional yang dapat diambil oleh para pihak melalui jalur kekeluargaan dengan menentukan kesepakatan penyelesaian masalah oleh kedua belah pihak.

## B. Saran

1. Adapun saran dari penulis kepada konsumen bahwa sebelum membeli suatu produk secara *online* sebaiknya konsumen mengerti dulu dengan barang yang akan dibeli, hal ini dapat melalui pengecekan kolom komentar dan *research google*. Kemudian saran dari penulis untuk penjual yaitu, dalam memposting suatu gambar atau video harus disertai dengan deskripsi yang lengkap, begitu juga jika ada penambahan efek pada video dan gambar. Sehingga tidak menyebabkan kekaburan informasi kepada konsumen.
2. Sebagai seorang penjual (*owner*) harus lebih cerdas dalam mengambil langkah dan menentukan sikap, mengingat bahwa negara Indonesia adalah negara hukum, maka tentu diatur dengan norma-norma hukum yang mengikat dan mengakibatkan konsekuensi hukum. Saran dari penulis bahwa sebelum berjualan online, penjual harus mengetahui terlebih dahulu syarat-syarat dan kewajiban penjual yang ditentukan secara hukum, sehingga dapat menghindari hal yang merugikan bagi kedua belah pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2010), hal. 30
- Abdul Hakim Barakatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis Dan Perkembangan Pemikiran)* (Bandung: Nusa Media, 2008).
- Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan 1, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008
- Ahmadi Miru, *Prinsip - Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).
- Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, 2005
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakara: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Gunawan Wijaja dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003).
- Halim B, Abdul, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media,
- Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008)
- Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha*, (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa Ed. II, 2008
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2006).
- Khairrunisa, *Kedudukan, Peran dan Tanggung Jawab Hukum Direksi*, Medan,2008
- Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar), dalam BPHN, Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Binacipta, 198
- Martono, 2007, *Kamus Hukum dan Regulasi Penerbangan*, Jakarta, Raja Grafindo Persada

- Muhammad, dkk, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002,
- Nasution, Az, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta : Diadit Media, 2002),
- N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen - Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk* (Jakarta: Samitra Media Utama, 2012).
- Ridwan H.R, *Hukum Administrasi Negara*, UII Press, Yogyakarta, 2002
- Sadar. M, Moh. Taufik Makarao dan Habloel Mawardi, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta : Grasindo, 2004),
- Sapta Abi Pratama, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace," *Jurnal Fakultas Hukum*, n.d.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004
- Soekidjo Notoatmojo, *Etika Dan Hukum Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian (Teori Dan Analisa Kasus)* (Jakarta : Prenada Media, 2004).
- Wahana, *Apa Dan Bagaimana E - Commerce* (Jakarta: Andi Publisher, 2006).
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kecana, 2013).

## **B. Jurrnal dan Artikel**

- Afrineldi, *Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*, *Jurnal Ilmiah Publik*, Vol 9, No 1 (2021)
- Ahmad M.Ramli, *Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce* (Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis, 2000).
- Amila Sativa, Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M., *Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia)*, *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016

- Artidiatun Adji, *“testing for ricardian equivalence in indonesia,”* Universitas Gadjah Mada JCEBI, Vol (2016)
- Ay Ling, *“Pengelolaan dan Perkembangan Usaha pada Usaha Kecil dan Menengah (Study deskriptif pada Rumah Makan Palembang Asri Surabaya)”*, Jurnal AGORA, Vol. 1, No. 1 Tahun 2013,
- Chory Ayu Sugesti, Si Ngurah Ardhya, Muhamad Jodi Setianto, *Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen Di Kota Singaraja*, VOL. 3 NO. 3 (2020)
- Dedi Soemardi, S.H, *Aspek Hukum Dari Wewenang dan Tanggungjawab*, *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Isu No. 3, Vol. 19, Juni 2017
- Fahri, SH., MH., *“Perkembangan Hukum Bisnis Indonesia, Majalah Manajemen Dan Bisnis Ganessa.”* Jurnal STIE Ganessa, Vol.1 No.1 (2017)
- F.X. Adi Purwanto, *Analisis Kepercayaan Konsumen dalam Belanja Online di Bukalapak.Com Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*, Jurnal Ekonomika, Vol. 9 No. 1 Juni 2016,
- Glenn Biondi, *Analisis yuridis keabsahan kesepakatan melalui surat elektronik berdasarkan hukum indonesia*, (Jurnal Media Neliti, 2014
- Grace Joice S. N, *“Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet,”* Jurnal Publikasi Vol I No.3 (2013).
- Ibrahim Nainggolan, *Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia*, *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol. 2 No. 1, (2021)
- Jaidan Jauhari, *“Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan E-Commerce”*, Jurnal Sistem Informasi, Vol. 2, No. 1 Tahun 2010
- Julista. Mustamu, *Pertanggungjawaban Hukum Pemerintah (Kajian Tentang Ruang Lingkup Dan Hubungan Dengan Diskresi)*, Jurnal Sasi Vol.20 No.2 Bulan Juli - Desember 2014,
- Mari Rahmawati, *Penggunaan Sistem Informasi Dalam Komunikasi Bisnis Secara Elektronik*, Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2, September 2017
- Melgiana Medah, *E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan*, Jurnal Partner, Tahun 16 Nomor 1

- M.Syamsudin, “*Pelatihan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Kerjasama Fakultas Huku UII Dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) RI,*” *Jurnal Pelatihan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)* 22 Septemb (2017).
- Muhadjir Effendy, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima, Aplikasi Luring resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perakuan,* Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016
- Nor Faizah, Christiana Retnaningsih, A. Joko Purwoko, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Megkonsumsi Makanan Dan Minuman Kemasan Di Kota Semarang, Jurnal Hukum Kesehatan,* Vol. 1 No.1 (2015)
- Nurfajri, “*Tinjauan Hukum Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNM),*” *Jurnal Urusan PPKn, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar,* 2017.
- Ridwan Achdiat Kartono, Ii Halilah, *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak,Poblan (Industrial Research Workshop and National Seminar),*
- Riski Taufik Hidayah, *The Effect Of E-Trust And Marketing Public Relation On Consumer E-Loyalty Of Lazada, JIET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan)* Vol. 2, No. 2 (2017)
- Rose Rahmidani, *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Snema)* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Surizki Febrianto, “*Responsibility of PT Telkom Towards Indihome Fiber Users Concerning Network Disruption According to Law Number 8 Of 1999 On Consumer Protection (Case Study: Pt Telkom Tanjung Balai Karimun),*” *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*
- Yesi E, Ardhian, “*Srategi Pemasaran untuk meningkatkan Usaha Kecil menengah berbasis Industri Kreatif Melalui ICT,*” *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis,* Vol. 2, No. 1 Tahun 2013,
- Vina Akfa Dyan, *Pertanggungjawaban Hukum dan Perlindungan Hukum bagi Notaris dalam Membuat Party Acte,* *Jurnal Lex Renaissance,* No. 1 VOL. 2 JANUARI 2017

### C. Peaturan Perundang-Undangan

Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik  
Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945  
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Konsumen  
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

### D. Internet

Berliana Meidy Putri, Skripsi, Tanggung Jawab Pemerintah Kabupaten Jember Dalam Proses Pengurusan Dokumen Kependudukan Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan, Jember, <http://repository.unmuhjember.ac.id>,

Khaerul Tanjung, “Pelaku Usaha Dan Tanggung Jawab,” n.d., <http://www.blogster.com/khaerulhtanjung/pelaku-usaha-dan-tanggungjawab>.

Nining Ratnaningsih, “Pengertian Pertanggungjawaban”, <http://lembagabantuanhukumadani.blogspot.co.id> diakses pada tanggal 23 April 2022, Pukul 01.06 WIB

S. Nicholas Woodward, business enterprise, business firm, commercial enterprise, enterprise, <https://www.britannica.com/topic/business-organization> Diakses pada tanggal 30 April 2022, pada pukul 02.12 WIB

[http://digilib.uinsgd.ac.id/37510/5/5\\_bab2.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/37510/5/5_bab2.pdf) Diakses pada tanggal 30 April 2022

<https://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/> Diakses pada tanggal 28 April 2022, Pukul 2.07 WIB

<https://paralegal.id/pengertian/pengusaha/> Diakses pada tanggal 30 April 2022

<https://repository.unikom.ac.id/66064/1/MATERI%20PERTEMUAN%20ke%2011TANGGUNGJAWAB%20PELAKU%20USAHA%20SEHUBUNGAN%20DENGAN%20KERUGIAN%20KONSUMEN%281%29.pdf> Diakses pada tanggal 1 Juli 2022

- [http://repository.uinsuska.ac.id/15287/8/8.%20BAB%20III\\_\\_2018129IH.pdf](http://repository.uinsuska.ac.id/15287/8/8.%20BAB%20III__2018129IH.pdf) Diakses pada tanggal 30 April 2022,<http://etheses.uin-malang.ac.id/175/6/11220021%20Bab%202.pdf> Diakses pada tanggal 30 April 2022,
- <https://bpkn.go.id/uploads/document/41b64ac58b0ad0d025f7911dc4d1839d6492214a.pdf> Diakses pada tanggal 30 April 2022
- <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999> Diakses pada tanggal 30 April 2022
- <https://www.coursehero.com/file/68992664/Tugas-3-EKMO510205-Nico-Gunawan-530037893-2019-2docx/> Diakses pada tanggal 1 Mei 2022
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik) Diakses pada tanggal 01 Mei 2022
- <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/> Diakses pada tanggal 1 Mei 2022
- <http://digilib.polban.ac.id/files/disk1/225/jbptppolban-gdl-ridwanachd-11232-3-bab2--4.pdf> Diakses pada tanggal 02 Mei 2022
- <https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/> Diakses pada tanggal 01 Mei 2022
- <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perbedaan-perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-pidana-lt5142a15699512> Diakses pada tanggal 14 Mei 2022
- <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/17229/burgerlijk-wetboek> Diakses pada tanggal 14 Mei 2022
- <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perbedaan-perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-pidana-lt5142a15699512> Diakses pada tanggal 14 Mei 2022
- <https://fh.unair.ac.id/hukum-bisnis/pola-penyelesaian-sengketa-konsumen-transaksi-elektronik/> Diakses pada tanggal 22 Juli 2022,
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12643/Kewenangan-BPSK-Memeriksa-Keberatan-Lelang-Eksekusi-Pasal-6-Undang-Undang-Hak-Tanggungans.html> Diakses pada tanggal 22 Juli 2022
- <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perindungan-hukum-terhadap-konsumen-lt50bf69280b1ee> Diakses pada tanggal 22 Juli 2022
- <https://lsc.bphn.go.id/konsultasiView?id=538> Diakses pada tanggal 22 Juli 2022