

**Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun  
Game Online Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce  
Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999**

**SKRIPSI**

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



**OLEH :**

**RIANDI DWI PUTRA**

**NPM : 181010672**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIANDI DWI PUTRA  
NPM : 181010672  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 16 Mei 2000  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Alamat : Jl. Bugenfil Simpang 3 Utama, RT.005 RW.001,  
Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau.  
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam  
Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends:  
Bang Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan  
Undang-Undang No 8 Tahun 1999

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

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

Pekanbaru, 1 Agustus 2022

Yang Menyatakan,

  
BF8B5AJX974382012  
(Riandi Dwi Putra)



# Sertifikat

ORIGINALITAS PENELITIAN

Fakultas Hukum Universitas Islam Riau

MENYATAKAN GAWA :

Riandi Dwi Putra

181010672

Dengan Judul :

Perlindungan Hukum Terhadap Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999

Telah Lolos Similarity Sebesar Maksimal 30%

Pekanbaru, 01 Agustus 2022

Prodi Ilmu Hukum



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



FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU



FS 071471



BAN-PT

No. Reg : 1262/N/UPM FH UIR 2021

Paper ID : 1877514230/28 %

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)


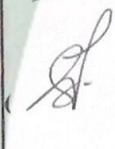

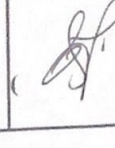
**KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR  
SEMESTER GENAP TA 2021/2022**

NPM : 181010672  
Nama Mahasiswa : RIANDI DWIPUTRA  
Dosen Pembimbing : 1. SRI PARLINA S.H., M.H. 2.  
Program Studi : ILMU HUKUM  
Judul Tugas Akhir : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999  
Judul Tugas Akhir (Bahasa Inggris) : Legal Protection for Consumers in Buying and Selling Online Game Accounts Mobile Legends: Bang Bang Through E-Commerce Based on Law No. 8 of 1999  
Lembar Ke : .....

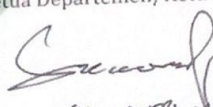
N O	Hari/Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan	Hasil / Saran Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	Sabtu 16 Juli 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab II Skripsi	1. Memperbaiki penulisan footnote 2. Memperbaiki penulisan spasi 3. Memperbaiki penulisan undang- undang	Sabtu 16 Juli 2022 
2	Rabu 19 Juli 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab II Skripsi	1. Memperbaiki penomoran bab dan sub bab pada skripsi 2. Menambah sub bab yang akan di bahas didalam skripsi 3. Menambah bagan pada gambaran umum tentang shopee	Rabu 19 Juli 2022 
3	Selasa 26 Juli 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab II Skripsi	1. Memperbaiki penulisan bahasan pada sub bab 2. Memperbaiki paragraf penulisan bahasa asing 3. Memperbaiki bagan pada gambaran umum tentang shopee	Selasa 26 Juli 2022 
4	Rabu 27 Juli 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab II Dan Bab III Skripsi	1. Menambahkan gambar mobile legends pada bagian tentang akun game online 2. Menambahkan Footnote	Rabu 27 Juli 2022 

Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5	Kamis 28 Juli 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab III Skripsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki penomoran sub bab</li> <li>2. Memperbaiki penulisan footnote wawancara</li> <li>3. Memperbaiki beberapa spasi yang tidak tepat</li> </ol>	<p>Kamis 28 Juli 2022</p> 
6	Jumat 29 Juli 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab III Skripsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambahkan tabel pada bagian hasil penelitian bab III</li> <li>2. Menambahkan kata kata pada hasil penelitian bab III</li> <li>3. Memperbaiki Footnote</li> </ol>	<p>Jumat 29 Juli 2022</p> 
7	Sabtu 30 Juli 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab III Skripsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki tabel pada bagian hasil penelitian bab III</li> <li>2. Memperbaiki footnote</li> <li>3. Memperbaiki kata kata perundang-undangan</li> <li>4. Menambahkan Persembahan</li> </ol>	<p>Sabtu 30 Juli 2022</p> 
8	Senin 1 Agustus 2022	Memeriksa Dan Mengoreksi Bab IV, Abstrak, Kata Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Dan Daftar Tabel Serta Daftar Gambar Pada Skripsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki penulisan pada abstrak</li> <li>2. Memperbaiki penulisan pada persembahan</li> <li>3. Memperbaiki penulisan daftar isi</li> </ol>	<p>Senin 1 Agustus 2022</p> 

Pekanbaru, 02 Agustus 2022  
Wakil Dekan I/Ketua Departemen/Ketua Prodi

  
(SELVI HARVIA SANTHY), S.H., M.H



MTGXMDFEWNJCY

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

جامعة الإسلام الریوة



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

Alamat: Jalan Kalarudin no. 113, Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau - 28284  
Telp. (0761) 72127 Fax. (0761) 634 834 72127 Website: iiswair.ac.id Email: iiswair.ac.id

Perindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game  
Online Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan  
Undang-Undang No 8 Tahun 1999

RIANDI DWI PUTRA  
NPM: 181010672

Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pembimbing

Sri Arlina, S.H., M.H

Mengetahui:

Dekan,

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

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
Nomor : 268/Kpts/11/2022  
TENTANG PENETAPAN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

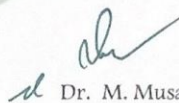
DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Memimbang
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. Permennristek Dikti Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
  6. Permennristek 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 : Sri Arlina, S.H., M.H.  
NIP/NPK : 20 02 02 761  
Fangkat/Jabatan : Penata Muda Tingkat I/ C/b  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Sebagai : Pembimbing Penulisan Skripsi mahasiswa  
  
Nama : RIANDI DWI PUTRA  
NPM : 18 101 0672  
Jurusan/program studi : Ilmu Hukum /Hukum Bisnis  
Judul skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends Bang-Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
  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 : 20 Juli 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

## ABSTRAK

Konsumen dalam melakukan transaksi *E-Commerce* sangat rentan, *E-Commerce* yang dimaksud oleh penulis adalah *Shopee*. *Shopee* adalah situs elektronik komersial yang kantornya berpusat di Singapura yang dimiliki oleh *Sea Limited* yang didirikan oleh Forest Li pada tahun 2009. Jual beli akun *Game Online* saat ini cukup terkenal, banyaknya web penjualan akun *Game Online* bahkan ada aplikasi khusus untuk menjual akun game online. Namun didalam sistem jual beli akun game secara *Online* ini produk yang ditawarkan terkadang memiliki spesifikasi yang tidak cocok sesuai gambaran yang diberikan oleh penjual.

Adapun dalam penelitian ini mempunyai masalah pokok yang akan dibahas yaitu, Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun *Game Online Mobile Legends*: Bagaimana Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan yang kedua Apa Saja Bentuk Tanggung Jawab *Shopee* Terkait Memenuhi Hak Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun *Game Online Mobile Legends*. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian hukum ini termasuk jenis penelitian Survei (*Observational Research*). Metode penelitian jenis ini dimaksudkan untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang ini dengan jalan mengumpulkan data dan menyusun atau mengklarifikasikannya seterusnya menganalisa dan melihat suatu kenyataan hukum di dalam masyarakat untuk kemudian diperoleh suatu hasil.

Adapun hasil Penelitian yang penulis peroleh adalah : Perlindungan hukum yang diberikan *Shopee* sebagai *Marketplace* berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh penjual, baik karena wanprestasi, perbuatan melawan hukum, penipuan pembobolan atau jenis perbuatan lainnya yang disebabkan oleh pelaku usaha, beban pertanggung jawabannya dibebankan kepada pelaku usaha atau pihak lain yang menyebabkan kerugian tersebut. Adapun Pertanggung Jawaban yang diberikan Pihak *Shopee* sebagai *Marketplace* kaitannya dalam hal pemberian perlindungan terhadap konsumen, menurut penulis sudah bisa dikatakan mampu memenuhi hak yang patut diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian.

Kata Kunci : *E- Commerce, Shopee, Game Online.*



## ABSTRACT

*Consumers in conducting E-Commerce transactions are very vulnerable, the E-Commerce referred to by the author is Shopee. Shopee is a commercial electronic site whose head office is in Singapore owned by Sea Limited which was founded by Forest Li in 2009. Buying and selling online game accounts is currently quite popular, there are many websites for selling online game accounts and there is even a special application for selling online game accounts. However, in this online game account trading system, the products offered sometimes have specifications that do not match the description given by the seller.*

*As for in this study, there are main problems to be discussed, namely, How is the Legal Protection of Consumers in Transactions Buying and Selling Online Game Accounts Mobile Legends: Bang Bang Based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and the second What are the Forms of Responsibilities related to Shopee Fulfilling Consumer Rights in Transactions Buying and Selling Mobile Legends Online Game Accounts. Based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.*

*This legal research belongs to the type of survey research (Observational Research). This type of research method is intended to solve problems that exist at the present time by collecting data and compiling or clarifying it, then analyzing and seeing a legal reality in society to then obtain a result.*

*The results of the research that the author obtained are: The legal protection provided by Shopee as a Marketplace relates to the protection of consumers who suffer losses caused by the seller, either due to default, unlawful acts, fraudulent burglary or other types of actions caused by business actors, the burden of liability the answer is borne by the business actor or other party causing the loss. As for the Responsibilities given by Shopee as a Marketplace in terms of providing protection to consumers, according to the author, it can be said to be able to fulfill the rights that should be given to consumers who experience losses.*

*Keywords: E-Commerce, Shopee, Online Games.*

## PERSEMBAHAN

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

Skripsi ini Saya persembahkan untuk :

1. Terkhusus untuk kedua Orang tua penulis yaitu Ayahanda Rudi Yunus dan Ibunda tercinta Upik Rohani yang telah membesarkan, yang memberikan kasih sayangnya kepada penulis dari penulis kecil hingga saat menghembuskan nafas terakhir. Terimakasih untuk kedua Orang tua penulis.
2. Dan untuk saudara kandung penulis, kakak Ria Anggraini yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terimakasih sudah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang Assalamualaikum Warrahmatulahi Wabarakatuh.

Puji Syukur pada Allah Swt yang telah memberikan penelitian **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999”** Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL. Selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. M. Musa, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Riau
3. Bapak Dr. Rosyidi Hamzah, S.H., M.H., selaku Wakil I Dekan Fakultas Hukum, Universitas Islam Riau yang telah memberikan waktunya dalam

- membantu pengurusan administrasi yang dibutuhkan oleh penulis hingga pada akhirnya penulis bisa melangsungkan ujian Skripsi.
4. Ibu Dr. Desi Apriani, S.H.,M.H., selaku Wakil II Dekan Fakultas Hukum, Universitas Islam Riau yang telah memberikan waktunya dalam membantu pengurusan administrasi yang dibutuhkan oleh penulis hingga pada akhirnya penulis bisa melangsungkan ujian Skripsi.
  5. Bapak S. Parman, S.H., M.H., selaku Wakil III Dekan Fakultas Hukum, Universitas Islam Riau yang telah memberikan waktunya dalam membantu pengurusan administrasi yang dibutuhkan oleh penulis hingga pada akhirnya penulis bisa melangsungkan ujian Skripsi.
  6. Bapak Rahdiansyah, S.H., M.H. selaku Ketua Departemen Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Islam Riau yang telah memberikan waktunya untuk penulis dan memberikan masukan kepada penulis dalam pemilihan judul skripsi.
  7. Ibu Sri Arlina, S.H., M.H., selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, dan memberikan nasihat, saran serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
  8. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan selama penulis menimba ilmu di Fakultas Hukum Universitas Islam Riau.

9. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Islam Riau yang selama ini banyak memberikan bantuan layanan administrasi kepada penulis.

10. Teman-teman seperjuangan, Ilham Azraf, Andre Aldi, Fahrul Ridho, Singgih TR, Arief Farhan, Amek, Budi, dan Randa Rioldi

Semoga segala kebaikan, bantuan, dorongan, dan doa yang diberikan kepada penulis menjadi amal baik serta mendapat ridho dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi masih adanya kekurangan terlihat dari segi materi, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai.

Pekanbaru, 10 Juli 2022

Penulis

Riandi Dwi Putra

NPM : 181010672

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
SURAT PERNYATAAN.....	
SERTIFIKAT ORIGINALITAS PENELITIAN .....	
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	
SURAT KEPUTUSAN PENETAPAN PEMBIMBING .....	
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
D. Tinjauan Pustaka .....	13
E. Konsep Operasional.....	21
F. Metode Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN UMUM .....	28
A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli.....	28
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen .....	39

C. Tinjauan Umum Tentang <i>E- Commerce</i> .....	59
D. Gambaran Umum Tentang <i>Shopee</i> dan Akun Game Online.....	74
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>99</b>
A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Di Lihat Dari Dua Sisi Yaitu Pelaksanaan Dari Penjual Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang dan Pelaksanaan Dari Pembeli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang.....	99
B. Tanggung Jawab <i>Shopee</i> Terkait Memenuhi Hak Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang .....	125
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>140</b>
A. Kesimpulan.....	140
B. Saran.....	141
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>143</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>150</b>

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	25
Tabel 3. 1.....	100
Tabel 3. 2.....	101
Tabel 3. 3.....	102
Tabel 3. 4.....	103
Tabel 3. 5.....	104
Tabel 3. 6.....	108
Tabel 3. 7.....	108
Tabel 3. 8.....	109
Tabel 3. 9.....	110
Tabel 3. 10.....	111





## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 .....	84
Bagan 2. 2 .....	85
Bagan 2. 3 .....	86



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

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 .....	75
Gambar 2. 2 .....	76
Gambar 2. 3 .....	92
Gambar 2. 4 .....	93
Gambar 2. 5 .....	93
Gambar 2. 6 .....	94
Gambar 2. 7 .....	94
Gambar 2. 8 .....	95
Gambar 2. 9 .....	95
Gambar 2. 10 .....	96
Gambar 2. 11 .....	96
Gambar 2. 12 .....	97
Gambar 2. 13 .....	97
Gambar 2. 14 .....	98
Gambar 3. 1 .....	114



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Transaksi elektronik untuk perdagangan melalui sistem elektronik (*electronic commerce*) atau *e-commerce*, telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Kini konvergensi teknologi informasi, media, dan informatika (telematika) terus berkembang seiring dengan penemuan baru teknologi informasi, media, dan komunikasi<sup>1</sup>.

Di dunia *e-commerce* melakukan kontrak perjanjian dan transaksi antara penjual dan pembeli melalui jaringan internet. Didalam dunia *e-commerce* sangat berdampak bagi masyarakat internasional dan masyarakat Indonesia khususnya dikarenakan bisa mengakses sebuah web atau aplikasi online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan jaringan internet. Melalui *E-Commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*)<sup>2</sup>.

Pengertian *E-Commerce* ada bermacam-macam namun ada organisasi yang menyebutkan *E-Commerce* adalah mekanisme bisnis secara elektronik. Namun di

---

<sup>1</sup> Dian Mega Erianti Renouw, *Perlindungan Hukum E-Commerce*, Pramuka Grafika, Jakarta, 2017, Hlm.105

<sup>2</sup> Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Refika Aditama, Bandung, 2005, Hlm. 144.

dunia perdagangan internet memberikan pengertian yaitu penggunaan jaringan dengan menggunakan komputer yang saling terhubung dengan internet sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Dunia perdagangan internet didalam *E-Commerce* terdapat proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet.

Di dalam buku Amir Hartman *Net-Ready* menjelaskan tentang *e-commerce* adalah sebagai cara kerja bisnis secara elektronik yang memfokuskan pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*B-to-B*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*B-to-C*). Di kalangan beberapa para ahli tentang *e-commerce* sepakat memberikan pengertian *E-Commerce* yaitu salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital.<sup>3</sup>

Sistem *e-commerce* bekerja sebagai berikut, penjual tidak harus bertemu langsung dengan pembeli dikarenakan penjual dapat meletakkan barang yang dijual melalui internet dan pembayaran pun dapat dilakukan dengan internet<sup>4</sup>. Pesan internet

---

<sup>3</sup> Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, Hlm.12

<sup>4</sup> Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, Andi, Yogyakarta. 2001, Hlm. 138.

yang berisi perjanjian dan kesepakatan kontrak bisa menggunakan jasa pihak ketiga yaitu sebuah aplikasi online<sup>5</sup>.

Banyaknya komunitas bisnis yang melakukan kesehariannya menggunakan jaringan internet sehingga membuat sebuah dunia baru yang bernama dunia maya, dunia maya ini berbeda dengan dunia nyata, dunia maya ini dapat berinteraksi atau berkomunikasi dengan siapa saja di dunia ini secara terhubung dengan internet<sup>6</sup>.

*E-commerce* pada dasarnya mempunyai prinsip bisnis dengan kegiatan bisnis dengan transaksi jual beli atas suatu produk dengan memakai jaringan internet, kegiatan *e-commerce* dapat dilakukan sebagai berikut<sup>7</sup>:

1. Berbelanja secara online
2. Berkomunikasi secara online melalui jaringan internet
3. Agen jasa yang memberikan informasi produk dan keunggulan suatu produk secara terperinci
4. Prosedur bisnis sistem dapat meningkatkan otomatisasi proses bisnis
5. Satu pasar yang memungkinkan produk dan jasa dapat diadaptasikan untuk kebutuhan bisnis

Hal tersebut dapat ditinjau dari pihak-pihak didalam dunia bisnis *e-commerce*, beberapa jenis transaksi dari kegiatan *e-commerce* yaitu<sup>8</sup>:

---

<sup>5</sup> Yudha Sri Wulandari, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018, Hlm. 201.

<sup>6</sup> Indah Puspa Sari, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Beserta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Of Law Vol 2 Issue 1 Agustus 2019, Hlm.14

<sup>7</sup> Indah Puspa Sari, *Op.cit*, Hlm.15

1. *Business to business (B2B)* , merupakan jenis e-commerce yang berfokus pada penjualan bisnis lain. Perusahaan atau organisasi dapat berperan sebagai pembeli maupun penjual dengan perusahaan lain yang melakukan Kerjasama. Terdapat dua model bisnis yang digunakan B2B e-commerce: net marketplace atau yang biasa disebut marketplace dan jaringan industri wisata.
2. *Business to consumer (B2C) bisnis online yang menjangkau konsumen individual. B2C e-commerce mencakup pembelian barang ritel, perjalanan wisata (travel), konten online dan jenis layanan lainnya. Jenis e-commerce ini merupakan jenis yang paling sering ditemui konsumen*
3. *Consumer to consumer (C2C) merupakan penyedia media bagi konsumen untuk menjual sesuatu dengan bantuan pasar online atau platform. Dalam jenis ini individu menjual produk atau jasa kepada individu lain maupun perusahaan melalui media internet.*
4. *Consumer to business (C2B) adalah model di mana pelanggan atau pengguna akhir membuat konten, produk, atau layanan yang digunakan perusahaan untuk menyelesaikan proses bisnis. Contohnya pasang iklan di YouTube*
5. *Non-Business electronic commerce adalah e-commerce yang dilakukan pada organisasi yang tidak berorientasi untuk mendapatkan keuntungan seperti institusi akademis, organisasi keagamaan, organisasi sosial.*

---

<sup>8</sup> Indah Puspa Sari, *Op.cit*, Hlm.15

6. *Intrabusiness (Organizational) Electronic commerce adalah semua aktivitas orang yang berada didalam organisasi yang biasanya dilakukan melalui internet dan meliputi pertukaran barang, jasa atau informasi.*

Berdasarkan jenis-jenis transaksi diatas, penulis menggunakan jenis *B2C* yaitu *Business to Consumer*. *B2C* atau *Business to Customer* merupakan bisnis yang melakukan pelayanan atau penjualan barang atau jasa kepada konsumen perorangan atau grup secara langsung. Dengan kata lain, bisnis jenis ini berhubungan langsung dengan konsumen bukan perusahaan atau bisnis lainnya<sup>9</sup>.

Pada tahun 2008 pemerintah indonesia telah membuat dan menerbitkan undang-undang baru Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik undang-undang ini mengatur mengenai jual beli didalam jaringan internet. Di dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya<sup>10</sup>.

Kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer atau handphone dapat dikategorikan dalam transaksi elektronik. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi secara lengkap dan benar, kewajiban pelaku usaha dapat dilihat dan dibaca pada pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik:

---

<sup>9</sup> <https://www.asuransibintang.com/id/artikel/14/definisi-b2b-dan-b2c-yang-wajib-anda-ketahui#:~:text=B2C%20atau%20Business%20to%20Customer,contohnya%2C%20Anda%20memiliki%20bisnis%20makanan> diakses pada tanggal 17 Maret 2022 Pukul 13.45 WIB.

<sup>10</sup> Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008

Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan di antaranya:

1. Informasi yang berisi identitas pelaku usaha dan toko *e-commerce*
2. Informasi yang menjelaskan syarat sahnya perjanjian dan menjelaskan barang atau jasa yang ditawarkan<sup>11</sup>.

Hal ini tegas disebutkan dalam Pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang isinya sebagai berikut <sup>12</sup>:

1. Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak.
2. Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:
  - a. Terdapat kesepakatan para pihak.
  - b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - c. Terdapat hal tertentu.
  - d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

---

<sup>11</sup> Pasal 9 Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008

<sup>12</sup> Pasal 47, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik,



Konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* sangat rentan, untuk mengalami kerugian karena konsumen telah membayar sesuai harga yang telah ditentukan oleh merchant, akan tetapi tidak dikirim / tidak didapatkan oleh konsumen selaku sebagai buyer<sup>13</sup>.

*E-Commerce* yang dimaksud oleh penulis adalah Shopee. Shopee adalah situs elektronik komersial yang kantornya berpusat di singapura yang dimiliki oleh *Sea Limited* yang didirikan oleh Forest Li pada tahun 2009, dan Shopee ini dipimpin oleh Chris Feng. Shopee diluncurkan pada tahun 2015 di singapura, dan tahun ke tahun shopee memperluas jangkauannya ke berbagai negara Asia seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina.<sup>14</sup>

Shopee menjual berbagai bidang produk secara online dan shopee ini memiliki sebuah aplikasi di smartpone untuk mempermudah melakukan kegiatan berbelanja online. Shopee menjual berbagai kategori produk dan transaksi didalam shopee tersebut bisa menggunakan kartu debit atau uang berbentuk digital didalam shopee bernama Shopeepay<sup>15</sup>

Transaksi elektronik ini pada dasarnya melakukan transaksi melalui jaringan internet menggunakan komputer atau handphone dengan sistem komunikasi antara pembeli dan penjual dengan kesepakatan antara keduanya.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Sri Arlina, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, UIR Law Review, Volume 2, Nomor 01, April 2018, Hlm. 320.

<sup>14</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee> diakses pada Tanggal 17 Maret 2022 Pukul 14.53 WIB

<sup>15</sup> <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/> diakses pada Tanggal 17 Maret 2022 Pukul 16.37 WIB.

<sup>16</sup> Sri Redjeki Hartono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung Mandar Maju, 2000, Hlm. 33.

Jual beli akun game online saat ini cukup terkenal, banyaknya web penjualan akun game online bahkan ada aplikasi khusus untuk menjual akun game online. Namun didalam sistem jual beli akun game secara online ini produk yang ditawarkan terkadang memiliki spesifikasi yang tidak cocok sesuai gambaran yang diberikan oleh penjual, sebagai pembeli harus untuk mencari tahu dulu kebenaran akan akun game online yang dijual oleh penjual atau aplikasi.

KBBI menjelaskan bahwa jual beli adalah persetujuan antara kedua belah pihak yang sebagaimana penjual memberikan barang yang dijual dan pembeli membayar harga yang sesuai dengan kesepakatan.<sup>17</sup>

Dengan kemajuannya teknologi internet permainan bisa dimainkan secara online menggunakan jaringan internet, didalam memainkan permainan game online dapat menggunakan komputer, handphone yang tersambung dengan jaringan internet. Game online ini bisa dimainkan secara sendiri atau bahkan bersama sama orang terdekat atau bahkan pemain game online yang berada didalam satu jaringan internet. Permainan yang dilakukan secara online adalah game online.<sup>18</sup>

Game online adalah permainan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan yang sejenisnya serta selalu menggunakan teknologi yang ada saat ini, seperti modem dan koneksi kabel. Game online didefinisikan menurut Burhan

---

<sup>17</sup> Fitriah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial*, Volume 18 No.3 September 2020, Hlm. 373.

<sup>18</sup> Candra Zebeh Aji, *Berburu Rupiah Lewat Game Online*, Bouna Books, Yogyakarta, 2012, Hlm. 2.

sebagai game komputer yang dimainkan oleh muti pemain melalui internet<sup>19</sup>. Arti game online dalam bahasa Indonesia adalah permainan daring. Biasanya permainan daring disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa online, atau dapat diakses langsung melalui sistem yang disediakan dari perusahaan yang menyediakan permainan tersebut. Sebuah game online bisa dimainkan secara bersamaan dengan menggunakan computer yang terhubung ke dalam sebuah jaringan tertentu.<sup>20</sup>

Mobile Legends: Bang Bang atau singkatannya yaitu ML merupakan *game* Multiplayer Online Battle Arena yang dirilis oleh Moonton. *Game* tersebut bisa dimainkan di ponsel Android maupun IOS. Di dalam *game* Multiplayer Online Battle Arena Mobile legends ini ada 10 pemain yang akan dibagi menjadi 2 tim. Aturan mainnya yakni 5 vs 5. Durasi permainan dalam 1 *game* yakni sekitar 15-20 menit. Setiap player bisa menggunakan dan memilih 1 hero dari puluhan bahkan ratusan daftar hero yang tersedia. Dalam *game* Mobile Legends, role dibagi menjadi beberapa tipe yakni Fighter, Tank, Marksman, Mage, Support dan Assassin.<sup>21</sup>

Banyaknya berbagai jenis jual beli yang bermacam macam, adanya satu aplikasi yang menjual produk akun game online yaitu shopee, mobile legends dapat dimainkan secara bersama sama dan mobile legends dapat di unduh melalui

---

<sup>19</sup> Rischia Pramudia Trisnani & Silva Yula Wardani, *Stop Kecanduan Game Online* , UnipmaPress, Madiun, 2018, Hlm. 4.

<sup>20</sup> <https://pelayananpublik.id/2020/02/02/pengertian-game-online-sejarah-hingga-jenisnya/> di akses pada tanggal 18 Januari 2022 Pukul 17.49 WIB.

<sup>21</sup> <https://kumparan.com/info-sport/apa-itu-mobile-legends-ini-cara-memainkannya-1w6HO5wK6gh/1> diakses pada tanggal 17 Maret 2022 Pukul 16.48 WIB.

android dan ios. Game online Mobile Legends ini bisa dimainkan secara bersama sama di satu tempat atau berbeda tempat bahkan bisa berbeda daerah. Game mobile legends ini dapat dimainkan oleh pemain dari seluruh dunia yang memiliki akses game mobile legends tersebut.

Pada masa sekarang jual beli akun game online tren dikalangan pemain game atau mahasiswa di shopee, harga akun game online mobile legends ini bisa berkisar antara Rp.700.000 untuk harga segini bisa mendapatkan Tier Legend-Mythic III Dengan Skin Tertentu. Dengan harga Rp 5.000.000 mendapatkan Tier Mythic I-Mythical Glory 1000 dengan skin berjumlah 300 atau lebih. Tier di ML adalah peringkat di game mobile legends, tier ini terbagi dari yang paling terendah yaitu tier Warrior dan tier tertinggi nya yaitu Mythical Glory, untuk menaikkan tier tersebut para player harus memainkan dan memenangkan mode ranked. Mode ranked yaitu mode untuk menaikkan tier kita kalau memenangkan game ranked tersebut, apabila kalah tier akan turun.

Dalam hal ini terdapat kasus penipuan didalam game mobile legends ini Abianto Dewabrata(22) Gara-gara game *mobile legend* (ML), dirinya harus kehilangan uang sebesar Rp.5.000.000<sup>22</sup>. Modusnya pelaku mengundang korban untuk bergabung di grup *WhatsApp* (WA) untuk kemudian ditawari untuk membeli sebuah akun. Korban *pun* harus membayar sejumlah uang sebagai ganti akun

---

<sup>22</sup><https://www.jawapos.com/nasional/hukum-kriminal/08/03/2018/gara-gara-mobile-legends-pemuda-ini-kena-tipu-rp-5-juta/> diakses pada tanggal 18 Januari 2022 Pukul 19.50 WIB.

tersebut. Setelah mengirimkan uang, korban selanjutnya dikeluarkan dari grup WA tersebut.

Di Toko *e-commerce* Shopee, Seseorang membeli akun atau id mobile legends tersebut tidak sesuai dengan deksripsi produk yang dijelaskan di deskripsi box oleh pelaku usaha. Dan orang yang kedua mengalami hal yang sama saat membeli akun atau id mobile legends, dia menjelaskan bahwa saat membeli akun atau id mobile legends tersebut tidak sesuai dengan *ScreenShot(SS)* Akun yang ditampilkan, yang dia terima beda akun atau beda id mobile legends.<sup>23</sup>

Maka berdasarkan uraian diatas inilah yang melatar belakang penulis untuk membahas sebuah judul mengenai **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legend Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999”**

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

Berdasarkan pada jabaran inilah melatarbelakangi peneliti untuk mengangkat judul mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legend Melalui *E-Commerce* Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini lebih lanjut adalah :

---

<sup>23</sup>[https://shopee.co.id/PULSA-AS-ACC-ML\\_MONSEPi.324982749.10405811016?sp\\_atk=4f957c95-e2f2-406c-a0ad-d8973c4ddd9f&xptdk=4f957c95-e2f2-406c-a0ad-d8973c4ddd9f](https://shopee.co.id/PULSA-AS-ACC-ML_MONSEPi.324982749.10405811016?sp_atk=4f957c95-e2f2-406c-a0ad-d8973c4ddd9f&xptdk=4f957c95-e2f2-406c-a0ad-d8973c4ddd9f)

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Apa Saja Bentuk Tanggung Jawab *Shopee* Terkait Memenuhi Hak Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

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

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi jual beli akun game online Mobile Legends berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
  - b. Untuk mengetahui bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait memenuhi hak konsumen dalam bertransaksi jual beli akun game online Mobile Legends berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Secara Teoritis berharap adanya penelitian ini bermanfaat dalam memberikan sumbangan pemikiran bagi orang dari segi ilmu hukum dan dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya yang bergabung dengan permasalahan tentang Perlindungan Hukum

Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999. Selain itu sangat diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya sebagai bahan referensi.

- b. Sebagai acuan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji Penelitian ini untuk memberikan referensi serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perlindungan konsumen serta pengetahuan jual beli akun game online mobile legends melalui *e-commerce* diharapkan pula dapat menjadi beberapa bahan petunjuk bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

##### **a. Perlindungan Hukum**

Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum, Hukum dalam memberikan perlindungan dapat melalui cara-cara tertentu, antara lain yaitu dengan:

1. Membuat peraturan (*by giving regulation*), bertujuan untuk:
  - a. memberikan hak dan kewajiban
  - b. menjamin hak-hak para subyek hukum.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2007, Hlm. 31.

Pengertian perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan oleh hukum sesuai dengan aturan hukum, bisa bersifat pencegahan dan bersifat pemaksaan, baik secara tertulis maupun tidak secara tertulis dalam menegakkan peraturan hukum.<sup>25</sup>

Perlindungan hukum bagi rakyat meliputi dua hal, yakni: Perlindungan Hukum *Preventif*, yakni bentuk perlindungan hukum dimana kepada rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang sudah pasti. Perlindungan Hukum *Represif*, yaitu adanya bentuk perlindungan hukum yang mengutamakan menyelesaikan permasalahan.<sup>26</sup>

#### **b. Perlindungan Konsumen**

Di dalam undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen berisi dan mengatur tentang hak dan kewajiban seorang konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan perlindungan kepada konsumen, hal ini bersifat dalam segala transaksi jual beli secara langsung atau secara online.<sup>27</sup> Pengertian konsumen di Amerika Serikat berbeda dengan pengertian umumnya, di Amerika Serikat pengertian konsumen dapat diartikan lebih luas lagi sebagai korban yang memakai produk yang tidak baik atau rusak.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Fitriah, *Op.Cit*, Hlm. 379.

<sup>26</sup> Fitriah, *Op.Cit*, Hlm. 380.

<sup>27</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, 2000, Hlm. 1.

<sup>28</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2019, Hlm. 23.



Karena posisi konsumen yang cenderung tidak bisa melawan karena itu maka ia harus dilindungi oleh hukum. Sekaligus tujuan hukum itu untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat. Jadi, sebenarnya hukum konsumen itu dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya. Hukum perlindungan konsumen menurut Az. Nasution Hukum Perlindungan Konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.<sup>29</sup>

Hukum konsumen dalam bentuk hukum perdata dimaksudkan dalam arti yang luas, hukum dagang beserta kaidah-kaidah keperdataan yang termuat didalam peraturan perundang-undangan lainnya, baik hukum perdata tertulis maupun tidak tertulis.<sup>30</sup>

Ada delapan Hak yang secara eksplisit dituangkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sementara satu hak terakhir dirumuskan secara terbuka. Hak-Hak Konsumen itu sebagai berikut<sup>31</sup>:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

---

<sup>29</sup> Shidarta, *Op.cit*, Hlm. 9.

<sup>30</sup> Indah Puspa Sari, *Op.cit*, Hlm. 17.

<sup>31</sup> Pasal 4 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan Pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan penggantian, jika barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.<sup>32</sup>

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual online), sesuai Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah<sup>33</sup>:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

---

<sup>32</sup> Shidarta, *Op.cit*, Hlm. 17.

<sup>33</sup> Pasal 7 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. 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 yang diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>34</sup>

Di dalam pasal 2 Undang Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen

---

<sup>34</sup>Suwari Akhmadhian & Asri Agustiwati, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia*, Jurnal Unifikasi Vol 3 No.2 Juli 2016, Hlm 53-54.

berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.<sup>35</sup>

1. Asas manfaat adalah untuk kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha agar manfaat dalam melaksanakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat.
2. Asas keadilan adalah memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan adalah untuk memberikan keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen adalah memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam pemakaian barang atau jasa.
5. Asas kepastian hukum adalah agar konsumen dan pelaku usaha menaati aturan hukum yang ada dan memperoleh keadilan dalam melaksanakan perlindungan konsumen, serta negara memberikan kepastian hukum kepada konsumen dan pelaku usaha.<sup>36</sup>

Didalam Pasal 5 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen kewajiban konsumen adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Pasal 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>36</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, Hlm. 25.

<sup>37</sup> Pasal 5 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa.
- c. Membayar sesuai dengai nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>38</sup>

Transaksi *E-Commerce* Shopee adalah transaksi dagang antara pembeli dan penjual melalui aplikasi shopee tersebut, kontrak ini dilakukan dengan media elektronik dimana para pihak tidak harus secara tatap muka. Media ini terdapat didalam jaringan internet belahan dunia maupun. Transaksi di *e-commerce* shopee, shopee menjadi penengah atas pembayaran yang dilakukan kepada toko e-commerce.

Dalam tinjauan pustaka ini menyajikan penelitian terdahulu, yang mana penelitian terdahulu oleh penulis bertujuan untuk mendapatkan perbandingan pada fokus penelitian yang akan diteliti dan penulis tidak mengutip penelitian dari orang lain dari yang pernah diteliti oleh orang lain dari berbagai segi. Penelitian terdahulu ini adalah sumber sumber terdahulu dari hasil penelitian yang gunanya untuk sebagai sumber inspirasi bagi penulis dan untuk membantu membandingkan penelitian yang akan di lakukan. Berikut adalah penelitian yang mengkaji atau mengangkat topik tentang perlindungan hukum konsumen.

---

<sup>38</sup> *Ibid*, Hlm. 47.

Skripsi oleh Azrha Zhara Bhasira dengan judul “Transaksi Jual Beli Item Dalam Game Online Perspektif Hukum Islam Dan Perlindungan Konsumen” membahas tentang bagaimana bentuk perlindungan hukum konsumen yang mengalami penipuan transaksi Di dalam game online?<sup>39</sup>.

Skripsi Fandi Ahmad Nuraimy dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Transaksi Jual Beli Barang Virtual Item Game Online” membahas tentang bagaimana perlindungan hukum bagi pembeli dalam transaksi jual beli barang virtual item Game Online.<sup>40</sup>

Dari beberapa penelitian di atas, sejauh ini penulis belum menemukan skripsi yang membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli akun game online mobile legend Melalui e-commerce berdasarkan pada Undang-Undang No 8 Tahun 1999.

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

Adapun konsep operasional di dalam penelitian yaitu:

- a. Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang membuat orang lain merasa dirugikan, perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum<sup>41</sup>.

---

<sup>39</sup> Azrha Zhara Bhasira, “Transaksi Jual Beli Item Dalam Game Online Perspektif Hukum Islam Dan Perlindungan Konsumen”, **skripsi** Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2020

<sup>40</sup> Fandi Ahmad Nuraimy, “Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Transaksi Jual Beli Barang Virtual Item Game Online”, **skripsi** Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018

<sup>41</sup> Satjipto Rahardjo, 2000, Ilmu Hukum, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, Hlm.54

- b. Konsumen adalah seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa. Seseorang atau suatu perusahaan membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu. Sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang. Setiap orang yang menggunakan barang atau jasa.<sup>42</sup>
- c. Jual beli dalam arti umum adalah tukar menukar harta dengan harta lain dengan cara dan aturan khusus yang berlaku.<sup>43</sup>
- d. Akun adalah Artinya seorang pengguna dapat mengakses suatu sistem komputer, atau pada alamat surat-e.<sup>44</sup>
- e. Game Online adalah game komputer atau *smartphone* yang dimainkan oleh multi pemain melalui jaringan internet.<sup>45</sup>
- f. Mobile Legends adalah sebuah permainan Multiplayer Online Battle Arena atau yang disingkat MOBA yang dirancang untuk *smartphone*. Kedua tim lawan berjuang untuk mencapai dan menghancurkan basis musuh sambil mempertahankan basis mereka sendiri untuk mengendalikan jalan setapak, tiga jalur yang dikenal sebagai top, middle dan bottom. Di antara kedua tim, ada lima pemain yang masing-masing mengendalikan avatar, yang dikenal sebagai hero, dari perangkat mereka sendiri. Karakter terkontrol komputer

---

<sup>42</sup> Abdul Atsar & Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Deepublish, Yogyakarta, 2019, Hlm.2.

<sup>43</sup> Holilir Rohman, *Hukum Jual Beli Online*, Duta Media Publishing, Pamekasan, 2020, Hlm. 1.

<sup>44</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Akun>, di akses pada tanggal 27 Januari 2022 Pukul 16.46 WIB.

<sup>45</sup> Andri Arif Kustiawan & Andy Widhiya Bayu Utomo, *Jangan Suka Game Online Pengaruh Game Online Dan Tindakan Pencegahan*, CV.Ae Media Grafika, Magetan, 2019, Hlm. 6.

yang lebih lemah, yang disebut minion, muncul di basis tim dan menuju tiga jalur ke basis tim lawan, melawan musuh dan menghancurkan menara.<sup>46</sup>

- g. *E-Commerce* adalah sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik.<sup>47</sup>
- h. “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” ini mengatur aturan hukum perlindungan yang merupakan tonggak bagi perundangan lainnya tentang konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen lahir pada tanggal 20 April 1999.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih penelitian hukum empiris, Penelitian hukum empiris mengkaji hukum yang dikonsepskan sebagai perilaku nyata, sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang dialami setiap orang dalam kehidupan bermasyarakat<sup>48</sup>. Studi hukum yang dilakukan melalui analisis langsung dan penelitian masalah melalui kuesioner online

<sup>46</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_Legends:\\_Bang\\_Bang](https://id.wikipedia.org/wiki/Mobile_Legends:_Bang_Bang), di akses pada tanggal 27 Januari 2022 Pukul 17.00 WIB.

<sup>47</sup> Mohammad Aldrin Akbar & Sitti Nur Alam, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*, Yayasan Kita Menulis, Kota Medan, 2020, Hlm. 1.

<sup>48</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram-NTB, 2020, Hlm. 80



google form metode ini akurat dikarenakan mudah untuk mengumpulkan data dan tujuannya untuk mengumpulkan informasi. Yang menjadi subjek studi penelitian adalah tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli akun game online mobile legends melalui *e-commerce*.

#### b. Sifat Penelitian

Sifat penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian yang tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki<sup>49</sup>. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli akun game online mobile legends melalui *e-commerce*.

### 2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian menggunakan Google Form sebagai alat untuk mengetahui berapa konsumen yang mengalami hal yang tidak menyenangkan dari jual beli produk akun game online Mobile Legends: Bang Bang di *E-Commerce* Shopee. Alasan penelitian menggunakan kuesioner online melalui Google Form dikarenakan kebanyakan orang membeli akun game melalui *E-Commerce* Shopee.

### 3. Populasi dan Sampel

---

<sup>49</sup> Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, Deepublish, Yogyakarta, 2018, Hlm. 1.

a. Populasi adalah keseluruhan objek yang akan dikaji karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>50</sup>. Adapun kriterianya yaitu:

1. Pelaku Usaha (toko *e-commerce*) berjumlah 10 orang
2. Konsumen berjumlah 10 orang.

b. Sampel adalah sebagian dari populasi atau bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>51</sup> Dalam penelitian ini, populasi dan sampel adalah semua pelaku usaha dari toko *e-commerce* melalui sebuah aplikasi yang bernama Shopee :

1. Pelaku usaha (Toko *e-commerce*) berjumlah 5 orang.
2. Konsumen berjumlah 10 orang.

Untuk lebih jelasnya, dapat disajikan pada table sebagai berikut:

---

<sup>50</sup> Garaika Darmanah, *Metodologi Penelitian*, CV Hira Tech, Lampung, 2019, Hlm. 40

<sup>51</sup> Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, Pustaka Ramadhan, Bandung, 2017, Hlm. 33.

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Populasi Dan Sampel**

No.	Responden	Populasi	Sampel	Persentase	Keterangan
1.	Pelaku Usaha (Toko E-Commerce)	10	5	50%	Sensus
2.	Konsumen	10	5	50%	Sensus

*Sumber: Dari Penelitian Tahun 2022*

#### 4. Data dan Sumber Data

##### 1. Data Primer

Pengertian penelitian secara daring sama saja dengan pengertian riset online. Riset online adalah riset yang dilakukan secara online dengan menggunakan kuesioner elektronik yang memanfaatkan surat elektronik (*e-mail*) atau web untuk mengumpulkan data yang diperlukan dimana responden dapat berasal dari mana saja dengan tidak dibatasi area geografis saat riset dijalankan<sup>52</sup>.

Manfaat melakukan penelitian secara daring diantaranya: mendapatkan target populasi yang lebih luas, mempersingkat waktu dalam melakukan

<sup>52</sup> Habibullah, *Penelitian Secara Daring: Metode Dan Praktik*, Volume XVI/No.1 Januari-Juni 2020, Hlm. 40.

proses data, tidak memakan begitu banyak biaya, dapat dikirim menggunakan *e-mail* dalam halaman atau situs web (*website*) dengan menggunakan alamat tertentu, hasil dapat ditampilkan saat itu juga sehingga peneliti dapat melihat perkembangan penelitian yang sedang dilakukan dalam mencari data . Dan ini adalah link kuesioner online google form saya:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSelZFexvPNQgN3nrrHHIVr1bRc8ktcVoCcI0h1yJAr0JLigA/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0>

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen.<sup>53</sup> Di dalam penelitian ini, bahan sekunder yang digunakan terdiri atas skripsi, jurnal, peraturan perundang-undangan, buku, dan literatur terkait lainnya tentang sebagai penunjang dalam penelitian ini.

## 5. Alat Pengumpulan Data

Kuesioner online yaitu kumpulan pertanyaan yang dibuat oleh penulis yang data datanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan tertulis di google form yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli akun game online mobile legends melalu e-commerce. Daftar

---

<sup>53</sup> Siti Kurnia Rahayu, *Jurnal Riset Akuntansi*, Volume VIII/No.2, Oktober, 2016, Hlm. 23.

pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda dan pertanyaan terbuka.

## **6. Analisis Data**

Data yang sudah dikumpulkan nantinya akan dipilih, dikumpulkan dan disajikan secara sistematis, kemudian data yang berbentuk kualitatif disajikan atau diterangkan dengan uraian kalimat yang jelas dan rinci.

## **7. Metode Penarikan Kesimpulan**

Kesimpulan peneliti yaitu metode penarikan kesimpulan yang digunakan dengan cara metode deduktif, metode deduktif yaitu suatu hal yang sifatnya adalah umum ke khusus, selanjutnya dikaitkan dengan aspek-aspek yang sesuatu yang khusus.

## BAB II

### TINJAUAN UMUM

#### A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli

##### 1. Pengertian Jual Beli

Istilah jual beli dalam Hukum perjanjian Indonesia diadopsi dari istilah bahasa Belanda yaitu *Koop En Verkoop*. Sedangkan hukum Belanda itu mengikuti konsep *Emptio Vendito* yang berasal dari hukum Romawi yang artinya adalah jual beli. *Emptio* berarti membeli, sedangkan *venditio* artinya menjual. Dari istilah tersebut terlihat bahwa jual beli merupakan hubungan yang bersifat timbal balik antara dua pihak yang melakukan hubungan hukum yang berbeda, yang mana pihak yang satu melakukan tindakan hukum untuk menjual dan yang satunya melakukan tindakan hukum membeli.<sup>54</sup>

Berikut pengertian jual beli menurut hukum di beberapa Negara diantaranya :<sup>55</sup>

- 1) Menurut Pasal 1457 BW (KUH Perdata), pengertian jual beli adalah suatu persetujuan atau perjanjian yang mengikat penjual dan pembeli. Penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang yang disetujui bersama dan pembeli mengikatkan diri juga untuk membayar harga barang yang disetujui bersama.

<sup>54</sup> Retno Prabandari. *Jenis-jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, Jurnal Hukum, Juli 2013, Vol. 7, No. 1, hlm. 43-76.

<sup>55</sup> *Ibid.*

2) Menurut Pasal 433 ayat (1) dan (2) *Burgerliches Gesetzbuch* atau BGB (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Jerman), jual beli adalah suatu perjanjian antara penjual dan pembeli, dimana penjual berkewajiban menyerahkan suatu barang beserta hak miliknya kepada pembeli serta menjamin barang tersebut bebas dari cacat fisik dan hukum; dan pembeli wajib membayar harga penjualan yang telah disepakati.<sup>56</sup>

Menurut Hartono Soerjopratiknjo, perjanjian jual beli secara historis dan logis merupakan species dan genus perjanjian tukar menukar di mana salah satu prestasinya terdiri atas sejumlah uang dalam arti alat pembayaran yang sah. Istilah harga di dalam KUHPerdata memiliki makna yang netral, tetapi substansinya menurut Pasal 1457 KUHPerdata, harga tidak mungkin berarti lain daripada jumlah alat pembayaran yang sah.<sup>57</sup>

*“Mengatur bahwa perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”*<sup>58</sup>

Berdasarkan ketentuan Pasal 1457 KUHPerdata jual beli ditegaskan sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya

---

<sup>56</sup> *Ibid.*

<sup>57</sup> *Ibid.*, hlm. 53.

<sup>58</sup> Pasal 1457 KUHPerdata, Tentang Perjanjian Jual Beli.

untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.<sup>59</sup>

Jika kita melihat dalam sejarah Islam, jual beli bukanlah sebuah produk baru. Sejak masa Rasulullah saw, jual beli memang sudah dikenal dalam hukum Islam pengertian jual beli secara istilah *al-bai* yang artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan yang lainnya. Kata *al-bai* dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *al-syira* (beli). Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli.<sup>60</sup>

Sedangkan secara terminologi para *Fuqaha* memberikan definisi yang berbeda-beda. Misalnya, M Hasbi ash Shiddieqy mendefinisikan jual beli sebagai mengalihkan hak milik kepada seseorang sesuatu barang dengan menerima dari padanya harta (harga) atas dasar keridhaan kedua belah pihak (pihak penjual dan pihak pembeli).<sup>61</sup> Imam Taqiyuddin mengartikannya sebagai pembelian harta karena menerima harta dengan ikrar penyerahan dan jawab penerima (*ijab* dan *qabul*) dengan cara yang diizinkan.<sup>62</sup> Sedangkan Abdurahman al-Jaziri mendefinisikan jual beli sebagai suatu transaksi saling

<sup>59</sup> I Ketut Oka Setiawan. *Hukum Perikatan*, Jakarta: Sinar Grafika, 2016, hlm. 158.

<sup>60</sup> M. Ali Hasan. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 113.

<sup>61</sup> M. Hasbi ash Shiddiqy. *Hukum-Hukum Fiqh Islam, cet 1*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1997, hlm. 328.

<sup>62</sup> Taqiyuddin Abi Bakar al-Husaini. *Kifayat al-Akhyar, juz 1*, Semarang: Toha Putra t.th, 2001, hlm. 183.



menerima sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>63</sup> Sementara itu Sayyid Sabiq mengartikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta atas dasar saling rela (*Taradli*) atau memindahkan milik dengan mendapat ganti dengan jalan yang dibenarkan.<sup>64</sup>

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli yaitu suatu peristiwa hukum antara dua orang yakni penjual dan pembeli di mana salah satu pihak menyerahkan barangnya kepada yang lain dengan adanya persetujuan dan penggantian dilakukan dengan saling rela dari keduanya mengenai kesepakatan harga dan barang dengan jalan yang dibenarkan. Atau bisa dikatakan bahwa, perkataan jual beli menunjukkan adanya sebuah aktifitas perbuatan dalam suatu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak yang lain membeli. Maka dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual beli. Berarti dalam sebuah perjanjian jual beli itu terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran.<sup>65</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli bagi setiap Negara memiliki perbedaan, seperti Negara dengan sistem *Common Law*, khususnya di Inggris, jual beli diatur *Sale of Goods Act 1979* (SGA 1979). Di dalam Art 2 paragraf 1 The SGA 1979 mendefinisikan *Sale Of Goods* sebagai kontrak yang dibuat oleh penjual dan

---

<sup>63</sup> Abdurahman al-jaziri, al-Fiqh. *Ala Madzahib al-arba"ah, juz II*, Beirut: Daar al-kutb al-Ilmiyyah, t.th, 2002, hlm. 134.

<sup>64</sup> Sayyid Sabiq. *Fiqh al-Sunnah, Terj. Kamaluddin dan Marzuki*, Bandung: Al-Ma'arif, 1987, hlm. 47-48.

<sup>65</sup> *Ibid.*

pembeli, pembeli setuju untuk mengalihkan hak milik atas suatu barang (*Property*) kepada pembeli, dan pembeli sepakat untuk membayar dalam bentuk uang atas harga yang telah disepakati. *Property* di sini berarti sebagai kepemilikan (*Ownership*)<sup>66</sup>. Sehingga objek dari perjanjian jual beli ini adalah berupa pengalihan kepemilikan barang dari penjual ke pembeli. Pengalihan kepemilikan ini menjadi *Consideration* atas pembayaran sejumlah uang yang dilakukan oleh pembeli.<sup>67</sup>

Sedangkan di Negara kita Perjanjian jual beli di Indonesia diatur dalam Buku III KUHPerdato. Di mana secara historis, KUHPerdato berasal dari *Code Civil* Perancis. Kemudian *Code Civil* tersebut diadopsi Netherland sehingga dimuat ke dalam *Nederland Burgerlijk Wetboek* dengan beberapa perubahan. Di zaman kolonial, *Nederland Wetboek* ini diberlakukan juga di Hindia Belanda menjadi *Burgerlijk Wetboek Voor Indonesia*, yang sekarang dikenal dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdato). KUHPerdato ini berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945 masih berlaku hingga saat ini.<sup>68</sup>

Perjanjian jual beli diatur dalam KUHPerdato Buku III sebagai bagian dari perikatan. Perjanjian jual beli dalam Buku III Bab Kelima :

- a. Bagian Kesatu mengenai Ketentuan-ketentuan Umum (Pasal 1457-1471)

---

<sup>66</sup> Ammi, Pengantar Fiqh Jual Beli Dan Harta Haram, Jakarta: Muamalah Publishing, 2018, hlm. 13

<sup>67</sup> Retno Prabandari. *Op.Cit.*, hlm. 5.

<sup>68</sup> Ridwan Khairandy. *Perjanjian Jual Beli, Ctk. 1*, Yogyakarta: FH UII Press, 2016, hlm. 8-9 .

- b. Bagian Kedua mengenai Kewajiban-kewajiban Penjual (Pasal 1473-1512)
- c. Bagian Ketiga mengenai Kewajiban Pembeli (Pasal 1513-1518)
- d. Bagian Keempat mengenai Hak Membeli Kembali (Pasal 1519-1532), dan ,
- e. Bagian Kelima mengenai Ketentuan- ketentuan Khusus Mengenai Jual Beli Piutang dan lain-lain Benda Tidak Berwujud (Pasal 1457-1540). Dengan itu, perjanjian jual beli di dalam KUHPerdato diatur pada Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540.<sup>69</sup>

Buku III KUHPerdato tersebut dikategorikan sebagai hukum pelengkap atau mengatur (*Aanvullenrecht, Optional Law*). Menurut Pitlo hukum pelengkap merupakan aturan-aturan yang hanya berlaku sejauh orang yang berkepentingan mengatur secara lain, yang mana hukum pelengkap ini menunjukkan makna mengisi atau melengkapi kekosongan yang dibiarkan oleh yang bersangkutan. Misalnya para pihak di dalam jual beli berwenang menentukan sendiri waktu dan tempat penyerahan barang dan pembayaran, kalau mereka tidak memperjanjikannya sendiri maka undang-undang menetapkan di mana mereka harus melaksanakan prestasi tersebut.<sup>70</sup>

Hukum pelengkap dalam pembuatannya mempertimbangkan dua hal yaitu apa saja kiranya yang diatur oleh pihak sendiri seandainya mereka sendiri

---

<sup>69</sup> *Ibid.*

<sup>70</sup> R. Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Balai Pustaka, 2014.

membuat aturan tentang hal itu, dan apa yang pada umumnya dalam keadaan tertentu dianggap benar. Sehingga jelas kedua pertimbangan itu saling melengkapi satu dengan yang lain. Sehingga hukum pelengkap ini ada bukan sebagai optional tetapi sebagai pengisi kekosongan hukum yang dibiarkan oleh pihak yang bersangkutan.<sup>71</sup>

### 3. Terjadinya Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli

Di dalam hubungan transaksi jual beli, kedua belah pihak yaitu produsen dan konsumen, dibebankan hak-hak serta kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur masing-masing di dalam Pasal 1513-1518 KUHPerdara untuk pembeli dan Pasal 1474-1512 KUHPerdara untuk penjual. Sebagaimana terdapat pada Pasal 1474 KUHPerdara, kewajiban utama penjual adalah menyerahkan barang dan menanggungnya.<sup>72</sup>

Menyerahkan barang artinya memindahkan penguasaan atas barang yang dijual dari tangan penjual kepada pembeli. Perjanjian jual beli menurut hukum perdata Indonesia merupakan perjanjian obligator bukan perjanjian kebendaan. Untuk itu penjual masih wajib menyerahkan barang jualannya kepada pembeli. Penyerahan itu dapat dilakukan bersamaan dengan terjadinya kesepakatan, dengan diikuti pembayaran dari pembeli, atau dalam jangka waktu tertentu

---

<sup>71</sup> *Ibid.*, hlm. 10-11.

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm. 64.

dengan syarat penyerahan bisa atau disepakati dilakukan pada waktu berbeda dengan saat tercapainya kesepakatan.<sup>73</sup>

Sedangkan, menanggung disini merupakan kewajiban penjual untuk memberi jaminan atas ketentraman dan jaminan dari kemungkinan adanya cacat tersembunyi (*Hidden Defects*). Kewajiban menanggung ketentraman ini maksudnya penjual itu wajib untuk menjamin bahwa pembeli tidak akan terganggu dengan orang lain dalam hal memakai atau mempergunakan barang yang dibelinya. Ini merupakan konsekuensi dari jaminan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli bahwa barang yang dijualnya adalah benar-benar miliknya sendiri, bebas dari sesuatu beban maupun tuntutan sesuatu pihak.<sup>74</sup>

Mengenai kewajiban penjual untuk menanggung cacat tersembunyi atau *Hidden Defects* ini, ditentukan dalam Pasal 1504 KUHPerdara :

*“Penjual harus menanggung barang itu terhadap cacat tersembunyi, yang sedemikian rupa sehingga barang itu tidak dapat digunakan untuk tujuan yang dimaksud, atau yang demikian mengurangi pemakaian itu sehingga, seandainya si pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang”.*<sup>75</sup>

Perlu diketahui, kewajiban penjual menanggung cacat tersembunyi ini tetap ada meskipun penjual sendiri tidak mengetahui adanya cacat tersebut, kecuali sebelumnya sudah diperjanjikan bahwa ia (penjual) tidak diwajibkan menanggung sesuatu apapun. Sedangkan untuk cacat yang mudah

---

<sup>73</sup> Ridwan Khairandy. *Op.Cit.*, hlm. 11.

<sup>74</sup> *Ibid.*, hlm. 12.

<sup>75</sup> Pasal 1504 KUHPerdara, Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

diketahui pembeli, pembeli dianggap sudah menerima adanya cacat sehingga penjual tidak wajib untuk menanggung akibat dari adanya cacat tersebut.<sup>76</sup>

Sehubungan dengan cacat tersembunyi, pembeli dapat mengembalikan barang atau produk kepada penjual dengan menuntut pengembalian (uang) sebesar sebagian dari harga belinya. Jika penjual ternyata telah mengetahui adanya cacat tersembunyi itu maka penjual diwajibkan melakukan pengembalian uang secara keseluruhan yaitu seharga (penuh) yang telah dibayarkan pembeli kepadanya, bukan hanya sebagian dari harga beli. Hal tersebut sebagai ganti rugi yang diderita pembeli akibat dari cacatnya barang yang dijualnya (Pasal 1510 KUHPerdara).<sup>77</sup>

Persoalan mengenai cacat tersembunyi ini adalah bahwa konsumen sebagai pembeli tidak mempunyai kemampuan untuk mengetahui dan menemukan cacat tersebut. Seperti misalnya, konsumen tidak mengetahui perihal yang berhubungan dengan bahan baku, proses produksi, desain, dan sebagainya. Atas dasar itulah KUHPerdara membebaskan risiko atas cacat tersembunyi kepada penjual. Akan tetapi, KUHPerdara memberi kemungkinan untuk membuat perjanjian yang bisa mengecualikan kewajiban penjual tersebut, misalnya dengan pemberian garansi atau bisa juga dengan pemberitahuan

---

<sup>76</sup> *Ibid.*, hlm. 65-66.

<sup>77</sup> *Ibid.*, hlm. 66.

sebelumnya seperti barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan, dan lain sebagainya.<sup>78</sup>

Penyebab terjadinya wanprestasi ialah apabila kreditur tidak memperoleh apa yang dijanjikan debitur, sehingga apabila pihak yang satu menjamin adanya ciri-ciri tertentu pada objek perjanjian dan ternyata ciri-ciri tersebut tidak ada, maka pihak lawan dapat menuntut atas dasar wanprestasi karena janji-janji tersebut sekarang sudah menjadi bagian dari pada isi perjanjian.<sup>79</sup>

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek dalam jual beli menurut Imam Taqqiyuddin, dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu :

1. Jual beli benda yang kelihatan;
2. Jual beli benda yang hanya disebutkan sifat-sifatnya dalam janji;
3. Jual beli benda yang tidak sah.<sup>80</sup>

Jual beli dengan hanya menyebutkan sifat dan jenis-jenisnya dan secara pesanan (*Inden*) atau *Bai' As-salam* adalah jual beli sesuatu barang yang penyerahannya ditangguhkan, sedangkan pembayarannya dimuka.<sup>81</sup> Sedangkan Menurut Ascarya, *Salam* merupakan bentuk jual beli di muka dan penyerahan barang di kemudian hari (*Advanced Payment Atau Forwardbuying* atau *Future Sales*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Barang

---

<sup>78</sup> *Ibid.*, hlm. 67-68.

<sup>79</sup> Amran Suadi. *Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum*, Jakarta: PT. Gramedia Persada, 2012, hlm. 43.

<sup>80</sup> <http://eprints.walisongo.ac.id/6833/3/BAB%20II.pdf>, Diakses Pada 09 Juli 2022 Pukul 09.32 WIB.

<sup>81</sup> Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2019, hlm. 181.

yang diperjual belikan belum tersedia pada saat transaksi dan harus diproduksi terlebih dahulu, seperti produk-produk pertanian dan produk-produk *Fungible* (barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran, dan jumlahnya).<sup>82</sup>

Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), *Salam* adalah jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga terlebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.<sup>83</sup> Dan menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, *Salam* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembiayaan harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati.<sup>84</sup>

Konsep dasar Salam menurut para ahli adalah sebagai berikut: menurut pendapat Al-Jazairi ia mengemukakan bahwa jual beli dengan sistem inden Salam ialah jual beli sesuatu dengan ciri-ciri tertentu yang akan diserahkan pada waktu tertentu. Pendapat lain dikemukakan oleh Zuhaili jual beli sistem pesanan (*ba'i as-salam*) transaksi jual beli barang pesanan diantara pembeli (*Musalam*) dengan penjual (*Musalam Ilaih*). Spesifikasi dan harga pesanan harus sudah disepakati di awal transaksi. Sedangkan pembayarannya dilakukan di muka secara penuh.<sup>85</sup>

---

<sup>82</sup> Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, hlm. 90.

<sup>83</sup> Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Salam.

<sup>84</sup> Penjelasan Pasal 19 huruf d UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

<sup>85</sup> Wahbah Az-Zuhaili. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta: Gema Insani, 2011, hlm. 240.



Terkait dengan rukun dari akad salam yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu: Pelaku akad terdiri atas *Muslim* (pembeli) dan *Muslimilah* (penjual), *Muslim Fiih* (objek akad), *Tsaman* (harga), *Shighah* (*Ijab dan Qabul*).<sup>86</sup>

## B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

### 1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka (1) disebutkan bahwa “*Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.*”<sup>87</sup>

Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen yang diperkuat melalui undang-undang khusus memberikan harapan agar para pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen. Dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan perangkat hukum lainnya, konsumen mempunyai hak dan kedudukan yang seimbang, dan juga dapat menggugat apabila ternyata haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha. Kerangka kerja umum berkaitan dengan elemen kunci dari program perlindungan konsumen, yang kurang lebih dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> Ascarya. *Op.Cit.*, hlm. 92.

<sup>87</sup> Pasal 1 Angka (1) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>88</sup> Happy Susanto. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008, hlm. 4.

1. Kesetaraan antara konsumen dan pelaku ekonomi.
2. Konsumen memiliki hak.
3. Pelaku usaha memiliki kewajiban.
4. Regulasi tentang perlindungan konsumen berkontribusi terhadap pembangunan nasional.
5. Melindungi konsumen dalam lingkungan bisnis yang sehat.
6. Keterbukaan dalam mempromosikan barang atau jasa.
7. Pemerintah harus berperan aktif.
8. Masyarakat juga harus berpartisipasi.
9. Perlindungan konsumen membutuhkan terobosan hukum di berbagai bidang.
10. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pengembangan sikap.

## **2. Asas-Asas Hukum Perlindungan Konsumen**

Menurut Az Nasution, pengertian hukum konsumen adalah keseluruhan rangkaian asas dan aturan hukum yang mengatur hubungan dan persoalan antara satu pihak dengan pihak lain dalam kaitannya dengan barang dan/atau jasa konsumen. Perlindungan konsumen menetapkan prinsip atau kaidah hukum perlindungan konsumen, yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin kepastian hukum guna memberikan

perlindungan kepada konsumen. Penegakan perlindungan hak-hak konsumen merupakan bagian penting dari negara Indonesia, karena hukum sebagai tolak ukur pembangunan nasional diharapkan mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk melakukan reformasi menyeluruh di segala aspek.<sup>89</sup>

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 Ayat (3) secara tegas menyatakan bahwa negara Indonesia adalah negara hukum.<sup>90</sup> Aturan ini mengandung makna bahwa hukum di negara ini ditempatkan pada posisi yang strategis dalam penyelenggaraan negara.

Hal ini dimaksudkan agar hukum sebagai suatu sistem dapat berjalan dengan baik dan benar dalam kehidupan berbangsa, bernegara, dan bermasyarakat, sehingga diperlukan lembaga penegak hukum sebagai instrumen penggerakannya. Untuk mewujudkan negara hukum, tidak hanya diperlukan norma hukum atau peraturan perundang-undangan sebagai substansi hukum, tetapi juga perlu adanya lembaga atau badan sebagai kekuatan penggerakannya sebagai struktur hukum yang didukung oleh perilaku hukum masyarakat sebagai budaya hukum. Selanjutnya, berdasarkan Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa konsumen adalah *“Setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa dalam masyarakat,*

---

<sup>89</sup> Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenadamedia Group, 2018, hlm. 32-35.

<sup>90</sup> Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 Ayat (3), Indonesia adalah Negara Hukum.

*baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk diperdagangkan.”<sup>91</sup>*

Konsumen adalah individu dan rumah tangga yang melakukan pembelian untuk tujuan penggunaan pribadi, produsen adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi. Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “*Perlindungan konsumen didasarkan atas manfaat, keadilan, dan kepastian hukum.*” Penjelasan pasal tersebut menyebutkan bahwa perlindungan konsumen dilakukan sebagai upaya bersama berdasarkan lima prinsip yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:<sup>92</sup>

1. Asas Manfaat

Asas Manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Asas keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat terwujud secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

---

<sup>91</sup> Pasal 1 Ayat (2), Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>92</sup> *Ibid.*, hlm. 33.

### 3. Asas keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil atau spiritual.

### 4. Asas keamanan

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, penggunaan, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diisi atau digunakan.

### 5. Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen taat hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Selanjutnya, jika dilihat dari substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan penjelasannya, tampak bahwa rumusannya mengacu pada falsafah pembangunan nasional, yaitu pembangunan manusia seutuhnya berdasarkan falsafah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

## 3. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 Angka (2), konsumen adalah *“Setiap orang yang menggunakan barang dan/atau layanan yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, diri mereka sendiri, keluarga mereka, orang lain, dan makhluk hidup lain dan bukan untuk diperdagangkan.”*<sup>93</sup>

Menurut pendapat A. Abdurahman, konsumen adalah seseorang yang menggunakan atau memakai, mengkonsumsi barang dan/atau jasa<sup>94</sup>.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti dari konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya); penerima pesan iklan; atau juga bisa merupakan pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya).<sup>95</sup>

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Angka (3) Pelaku Usaha adalah

*“Setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan diwilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”*

Menurut Johannes Gunawan mengemukakan cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha menurut masyarakat eropa terutama

<sup>93</sup> Pasal 1 Angka (2) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>94</sup> A. Abdurahman. *Jaminan Produk Halal di Indonesia*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2010, hlm. 23.

<sup>95</sup> Fakhriyan Ardyanto, Konsumen Adalah Bagian Penting Dalam Kegiatan Ekonomi, diakses dari <https://m.liputan6.com>, pada tanggal 10 Juli 2022 Pukul 22. 00 WIB.

negara Belanda. Adapun yang dapat dikualifikasikan sebagai pelaku usaha adalah :<sup>96</sup>

- a. Pembuat produk jadi (*Finished Product*);
- b. Penghasil bahan baku;
- c. Pembuat suku cadang;
- d. Setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu;
- e. Importir suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan (*Leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan
- f. Pemasok (*Supplie*), dalam hal identitas produsen atau importir tidak dapat ditentukan.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti dari Pelaku Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar dan daya upaya).

#### **4. Hak dan Kewajiban Antara Konsumen dan Pelaku Usaha**

##### **A. Hak Konsumen**

---

<sup>96</sup> Kurniawan. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mataram: UB Press, 2011, hlm. 43.

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, hak-hak konsumen adalah sebagai berikut:<sup>97</sup>

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa.
- 2) Hak untuk memilih dan memperoleh barang/jasa sesuai dengan nilai tukar serta kondisi dan jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang layak.
- 6) Hak mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk memperoleh ganti rugi, kompensasi, atau penggantian, apabila barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

---

<sup>97</sup> Ika Atikah. *Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) di Era Teknologi*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Juni 2018, Vol. 10, No. 2, hlm. 17.



Hak-hak dasar konsumen sebenarnya berasal dari hak-hak dasar yang diakui secara internasional. Hak-hak dasar umum ini pertama kali ditekankan oleh John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat (AS), pada tanggal 15 Maret 1962, melalui “*A Special Message for the Protection of Consumer Interest*” yang juga dikenal sebagai “*Declaration of Consumer Hak.*” Menyatakan bahwa pernyataan tersebut mengarah pada empat hak dasar konsumen (*The Four Consumer Basic Rights*) antara lain sebagai berikut:<sup>98</sup>

1. Hak memperoleh jaminan atau hak untuk dijamin

Setiap konsumen berhak mendapatkan perlindungan atas barang/jasa yang dikonsumsinya. Misalnya, konsumen merasa aman jika produk makanan atau minuman yang dikonsumsinya dianggap aman bagi kesehatan. Artinya produk pangan tersebut memenuhi standar kesehatan, gizi dan kebersihan serta tidak mengandung bahan yang berbahaya bagi kehidupan manusia. Di Amerika Serikat, hak ini merupakan hak tertua yang tidak terbantahkan karena didukung oleh komunitas ekonomi.

2. Hak atas Informasi atau Hak untuk diinformasikan

Konsumen berhak untuk memperoleh informasi yang jelas tentang produk/jasa yang dibeli. Akses informasi sangat penting karena konsumen dapat mengetahui status barang/jasa yang akan

---

<sup>98</sup> Happy Susanto. *Op. Cit*, hlm. 24.

dikonsumsi. Jika sewaktu-waktu produk/jasa dikonsumsi ada risiko negatif, konsumen akan diinformasikan terlebih dahulu. Artinya, konsumen berhak mengetahui karakteristik/atribut negatif produk, seperti efek samping konsumsi produk atau peringatan pada label/kemasan produk.

3. Hak memilih

Setiap konsumen berhak memilih barang/jasa dengan harga yang wajar. Artinya konsumen tidak boleh dipaksa atau ditekan untuk memilih produk yang dapat melanggar haknya, mereka harus bebas memilih barang/jasa untuk dikonsumsi.

4. Hak untuk didengar

Konsumen harus memiliki hak agar kebutuhan dan tuntutan mereka dapat didengar, baik oleh pelaku usaha yang bersangkutan maupun oleh lembaga perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak konsumen.

Resolusi PBB No. 39/248 Tahun 1985 Tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), juga merumuskan beberapa aspek penting yang menjadi bagian penting dalam melindungi kepentingan konsumen yang perlu mendapat perhatian, sebagai berikut:<sup>99</sup>

- 1) Melindungi konsumen dari bahaya terhadap kesehatan dan keselamatan mereka.

---

<sup>99</sup> *Ibid.*, hlm. 27.

- 2) Mempromosikan dan melindungi kepentingan sosial ekonomi konsumen.
- 3) Memberikan informasi yang cukup kepada konsumen agar mereka memiliki kemampuan untuk membuat pilihan yang tepat berdasarkan keinginan dan kepribadian mereka.
- 4) Edukasi konsumen.
- 5) Ketersediaan pengobatan yang efektif.
- 6) Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lain yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk bersuara dalam proses pengambilan keputusan yang melibatkan kepentingan mereka.

Hak lain yang sangat penting tetapi kurang dapat direalisasikan dalam transaksi *e-commerce* adalah hak akan jaminan kerahasiaan data-data pribadi milik konsumen oleh pelaku usaha, hak tersebut belum terakomodir di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Jaminan akan kerahasiaan data sangat penting untuk dijaga oleh pelaku usaha demi keamanan dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi, karena jika pelaku usaha tersebut bertindak curang, maka data pribadi tersebut dapat diperjualbelikan kepada pihak lain untuk kepentingan promosi. Apabila diperhatikan, hak-hak konsumen yang secara normatif diatur oleh

Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkesan hanya terbatas pada aktivitas perdagangan yang bersifat konvensional.<sup>100</sup>

## **B. Kewajiban Konsumen**

Menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa kewajiban konsumen adalah sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti informasi petunjuk dan tata cara penggunaan atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai kurs yang disepakati.
4. Mengikuti upaya hukum untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen dengan baik.

Konsumen tidak hanya perlu memahami hak dan kewajibannya, tetapi juga perlu mengetahui hak dan kewajiban pelaku usaha agar dapat memahami posisinya dan menempatkannya secara proporsional.

## **C. Hak Pelaku Usaha**

---

<sup>100</sup> Bagus Hanindyo Mantri. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Law Reform, Februari 2007, Vol. 3, No. 1, hlm. 10.

Menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, hak-hak pelaku usaha adalah:<sup>101</sup>

1. Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad buruk.
3. Hak untuk membela diri secara wajar dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk memulihkan reputasi apabila secara hukum terbukti bahwa kerugian konsumen bukan disebabkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
5. Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

#### **D. Kewajiban Pelaku Usaha**

Adapun kewajiban pelaku usaha menurut Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, adalah:<sup>102</sup>

1. Berniat baik dalam berbisnis.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

---

<sup>101</sup> Rosmawati. *Op. Cit*, hlm. 56.

<sup>102</sup> *Ibid.*, hlm. 57.

3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi yang diperdagangkan.
6. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

### **5. Hubungan Hukum Antara Produsen dan Konsumen**

Dalam hal pemindahan barang dari satu pihak ke pihak lain, pada umumnya pihak-pihak yang terlibat dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu: Pada kelompok pertama, kelompok pemasok barang dan jasa, pada umumnya pihak tersebut bertindak sebagai:<sup>103</sup>

1. Penyedia dana untuk keperluan penyedia barang atau jasa (investor);
2. Produsen atau pembuat barang/jasa;
3. Penyalur barang atau jasa.

---

<sup>103</sup>Ahmadi Miru. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013, hlm. 33.

Sedangkan pada kelompok kedua terdapat :

1. Pengguna atau pemakai (konsumen) barang atau jasa dengan tujuan menghasilkan (membuat) barang atau jasa lain, atau memperoleh barang atau jasa untuk dijual kembali (tujuan komersial), dan
2. Pengguna atau pemakai (konsumen) barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dirinya, keluarga atau rumah tangganya.

Dalam kepustakaan ekonomi golongan pertama disebut sebagai pengusaha (dalam hukum perlindungan konsumen umumnya disebut produsen), sedangkan kelompok kedua disebut sebagai konsumen. Namun, jika dilihat lebih dekat, kelompok kedua dari sub (1) pada dasarnya adalah pengusaha juga, karena barang/jasa yang mereka dapatkan ditunjukkan untuk menghasilkan barang/jasa lain dan/atau untuk diperdagangkan. Kecuali bila barang yang dimaksud adalah barang yang digunakan sebagai alat produksi, bukan sebagai bahan baku.<sup>104</sup>

#### 1. Hubungan Langsung

Hubungan langsung yang dimaksud dalam bagian ini adalah hubungan antara produsen dan konsumen yang terikat langsung dengan perjanjian. Tanpa mengabaikan jenis perjanjian lainnya. Pengalihan barang dari produsen kepada konsumen pada umumnya dilakukan melalui perjanjian jual beli, baik secara lisan maupun tertulis. Salah satu bentuk perjanjian tertulis yang banyak dikenal

---

<sup>104</sup> *Ibid.*, hlm. 33.

adalah perjanjian baku, yaitu suatu bentuk perjanjian yang banyak digunakan apabila salah satu pihak sering berhubungan dengan pihak lain dalam jumlah besar dan memiliki kepentingan yang sama.

Perjanjian baku yang sering dijumpai dalam praktek pada dasarnya dilaksanakan berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 Ayat (1) B.W, yaitu bahwa *“Semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya.”* Supaya kita bisa lebih memahami makna pasal di atas maka kita perlu mengetahui syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 B.W. Sebagai berikut:<sup>105</sup>

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan diri,
2. Kemampuan untuk mengadakan perikatan;
3. Mengenai suatu objek tertentu; dan
4. Mengenai sebab-sebab yang diperbolehkan.

Namun, terpenuhinya keempat syarat di atas tidak menjamin kesempurnaan perjanjian yang bersangkutan, karena masih ada ketentuan-ketentuan lain yang harus diperhatikan untuk menentukan sah atau tidaknya perjanjian itu tanpa ada alasan pembatalan, sehingga perjanjian itu mengikat karena mengikat demi hukum. Syarat itu yang dimaksud dengan kesempurnaan perjanjian, karena jika perjanjian dibuat dengan paksaan, kesalahan atau penipuan, maka perjanjian

---

<sup>105</sup> *Ibid.*, hlm. 34.



tersebut tidak sempurna, sehingga selalu ada kemungkinan untuk dibatalkan. Perjanjian semacam itu sering disebut perjanjian dengan kesalahan wasiat, yang dalam perkembangannya disebut kesalahan keempat wasiat, yaitu: penyalahgunaan jabatan.

## 2. Hubungan Tidak Langsung

Hubungan tidak langsung yang dimaksud pada bagian ini adalah hubungan antara produsen dengan konsumen yang tidak terikat secara langsung dengan perjanjian, karena ada pihak-pihak antara konsumen dan produsen. Tidak adanya hubungan langsung berupa kesepakatan antara produsen dan konsumen tidak berarti bahwa konsumen yang dirugikan tidak berhak menuntut ganti rugi dari produsen yang tidak ada hubungan kontraktual dengannya, karena dalam hukum perikatan bukan hanya perjanjian yang melahirkan (yang menjadi sumber) perikatan, Namun, diketahui bahwa ada dua sumber perikatan, yaitu perjanjian dan undang-undang. Sumber perikatan dalam bentuk undangundang ini masih dapat dibagi lagi menjadi undang-undang dan undang-undang karena perbuatan manusia, yaitu yang sesuai dengan hukum dan yang melanggar hukum.<sup>106</sup>

Berdasarkan pembagian sumber perikatan di atas. Kemudian sumber perikatan yang terakhir yaitu hukum karena perbuatan manusia yang melanggar hukum itu penting dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen.

---

<sup>106</sup> *Ibid.*, hlm. 35.

Berdasarkan ketentuan di atas, konsumen yang dirugikan karena mengkonsumsi suatu produk tertentu, tidak perlu terikat perjanjian untuk dapat menuntut ganti rugi, tetapi juga dapat menuntut dengan alasan produsen telah melanggar hukum, dan dasar tanggung jawab produsen adalah tanggung jawab yang berdasarkan kesalahan produsen.<sup>107</sup>

## **6. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)**

Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bab XI Pasal 49 sampai Pasal 58. Pada Pasal 49 Ayat (1) dinyatakan bahwa *“Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.”* Badan ini merupakan peradilan kecil (*Small Claim Court*) yang melakukan persidangan dengan menghasilkan keputusan secara cepat, sederhana dan dengan biaya murah sesuai dengan asas peradilan.<sup>108</sup>

Disebut cepat karena harus memberikan keputusan dalam waktu maksimal 21 (dua puluh satu) hari kerja (Pasal 55), dan tanpa ada penawaran banding yang dapat memperlama proses pelaksanaan keputusan (Pasal 56 dan Pasal 58). Sederhana karena proses penyelesaiannya dapat dilakukan sendiri

---

<sup>107</sup> M. Suyanto. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi, 2003, hlm. 34.

<sup>108</sup> *Ibid.*

oleh pihak yang bersengketa, dan murah karena biaya yang dikeluarkan untuk menjalani proses persidangan sangat ringan.<sup>109</sup>

Keanggotaan BPSK terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha, yang masing-masing unsur diwakili oleh 3-5 orang, yang diangkat dan diberhentikan oleh Menteri (Pasal 49 Ayat(3) dan Ayat (5) Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Karena konsumen dan pelaku usaha merupakan keanggotaan BPSK, sehingga konsumen dan juga pelaku usaha harus memiliki suatu literasi. Literasi antara pihak konsumen dan pelaku usaha diantaranya:<sup>110</sup>

#### 1. Literasi pra-transaksi

Pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur, dan konsumen berhak atas hal yang sama. Konsumen berhak memilih barang dan jasa berdasarkan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan. Terkait norma literasi pra-transaksi ini diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 huruf b, e dan f serta Pasal 5 huruf a. Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 huruf a dan b<sup>111</sup>.

---

<sup>109</sup>Muskibah. *Analisis Mengenai Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Jurnal Universitas Jambi, Februari 2010, Vol. 2, No. 4, hlm. 147.

<sup>110</sup>Ardhiani Chrisnia, Christopher Wongso, dan Retno Hadinigtas, *Pola Penyelesaian Sengketa Konsumen Pada Transaksi Elektronik*, diakses dari <https://fh.unair.ac.id>, Diakses Pada 7 Juli 2022 Pukul 19. 29 WIB.

<sup>111</sup> Pasal 4 & Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## 2. Literasi proses transaksi

Penyelenggara harus memperlakukan konsumen atau melayani konsumen secara benar, jujur dan tidak diskriminatif. Dalam hal menjual barang atau jasa, penyelenggara harus menjamin kualitas sesuai dengan peraturan dasar tentang kualitas barang atau jasa. Konsumen berhak atas kenyamanan, keselamatan dan keamanan dalam mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Hal itu terkait dengan norma literasi proses transaksi dan diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 huruf a, c, g, dan f serta Pasal 5 huruf b dan c. Sedangkan Pasal 7 huruf c dan d mengatur tentang kewajiban pelaku usaha.

## 3. Literasi pasca-transaksi atau purna jual

Penyelenggara wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerugian yang diakibatkan oleh penggunaan barang atau jasa. Konsumen memiliki hak untuk mengadvokasi, melindungi, dan menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen dengan baik. Hal ini terkait dengan norma literasi dalam proses transaksi yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 huruf c, h dan i serta Pasal 5 huruf d. Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 huruf f dan g.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Pasal 4,5 & 7 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## C. Tinjauan Umum Tentang *E-Commerce*

### 1. Pengertian *E-Commerce*

*Electronic commerce* (EC) adalah sebuah konsep baru yang dapat digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa di *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Kalakota dan Whinston mendefinisikan EC dari perspektif berikut:<sup>113</sup>

- a. Dari sudut pandang komunikasi, EC adalah mengirimkan informasi, produk/layanan atau pembayaran pelanggan melalui saluran telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
- b. Dari perspektif proses bisnis, EC adalah penerapan teknologi untuk otomatisasi transaksi dan alur kerja perusahaan.
- c. Dari sudut pandang layanan, EC adalah yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk mengurangi biaya layanan sambil meningkatkan kualitas produk dan kecepatan layanan.
- d. Dari perspektif online, EC berfokus pada kemampuan untuk membeli dan menjual produk dan informasi serta layanan online lainnya di Internet. Beberapa orang menganggap istilah Commerce sebagai transaksi antara perusahaan mitra.

### 2. Jenis *E-Commerce*

---

<sup>113</sup> M. Suyanto. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi, 2003, hlm. 34.

Jenis *E-Commerce* dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu *Business To Business (B2B)* dan *Business To Consumer (B2C, retail)*. Kedua jenis *E-Commerce* ini memiliki karakteristik yang berbeda. *E-Commerce Business To Business* memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>114</sup>

- a. Mitra dagang dikenal dan umumnya memiliki hubungan yang cukup panjang. Informasi hanya dipertukarkan dengan mitra tersebut. Karena sudah mengetahui lawan komunikasinya, maka jenis informasi yang dikirim dapat diatur sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.
- b. Pertukaran data (*Data Exchange*) berlangsung berulang-ulang dan terus menerus secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang telah disepakati bersama. Dengan kata lain, layanan yang digunakan sudah yakin. Ini memfasilitasi pertukaran data dan dua entitas yang menggunakan standar yang sama. Salah satu pelaku bisa melakukannya inisiatif untuk mengirim data, tidak perlu menunggu partnernya.

*E-Commerce* terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:<sup>115</sup>

- 1) *Business To Business (B2B)* Mayoritas *E-commerce* yang digunakan saat ini adalah *B2B*. Jenis *E-Commerce* ini mencakup IOS serta transaksi antar institusi yang dilakukan di pasar elektronik.

---

<sup>114</sup> *Ibid.*, hlm. 34.

<sup>115</sup> Kasmi dan Adi Nurdian Candra. *Penerapan E-commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu*, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara, Vol. 15, No. 2, 2017, hlm. 111

- 2) *Business To Consumer (B2C)* adalah transaksi eceran dengan pembeli perorangan.
- 3) *Consumer To Consumer (C2C)* Dalam kategori ini, seorang konsumen menjual langsung ke konsumen lain.
- 4) *Consumer To Business (C2B)* istilah kategori ini adalah individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka dan menyetujui suatu transaksi
- 5) *E-Commerce Non-Bisnis* dewasa ini semakin banyak lembaga non bisnis seperti lembaga akademik, organisasi-organisasi keagamaan, organisasi kemasyarakatan, dan lembaga pemerintah yang menggunakan berbagai jenis *E-Commerce* untuk mengurangi biaya atau meningkatkan operasi dan pelayanan publik.

### 3. Ruang Lingkup *E-Commerce*

*E-Commerce* sebagai sarana untuk melakukan kontrak komersial memiliki cakupan yang sangat luas. Hasil dari teknologi internet adalah hasil dari teknologi internet yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi lainnya sehingga memungkinkan untuk berinteraksi dengan mudah dalam skala

global tanpa batas satu negara. Sedangkan dari segi perilaku bisnis, ruang lingkup *E-Commerce* dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:<sup>116</sup>

1. *Business to business* merupakan komunikasi *Online* atau percakapan antara pelaku usaha. Misalnya kerjasama bisnis antara penyedia jasa jaringan internet dengan perusahaan produsen lainnya. Karena keduanya merupakan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa secara terpisah. Karakteristik umum dari segmentasi bisnis ke bisnis meliputi:
  - a. Mitra dagang yang sudah saling mengenal dan memiliki hubungan yang langgeng. Oleh karena itu, pertukaran informasi di antara mereka dilakukan atas dasar kebutuhan dan keyakinan yang mereka miliki.
  - b. Pertukaran yang selalu dilakukan bersama secara berulang dan berkala sesuai dengan format bisnis yang disepakati bersama.
  - c. Bisnis tidak perlu menunggu mitra mereka yang lain mengirimkan data yang telah mereka lakukan.
  - d. Model yang umum digunakan adalah *Peer-To-Peer* dimana informasi pengolahan dapat didistribusikan kepada kedua pelaku usaha.

---

<sup>116</sup> Widi Nugraha Ningsih dan Mira Erlinawati. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*, Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2017, hlm. 32.



2. *Business to consumer* adalah transaksi *E-Commerce* yang dilakukan antara pedagang dan konsumen secara langsung dalam rangka memenuhi kebutuhan tertentu. Memasarkan produk secara *Online* melalui *E-Commerce*, idealnya *Merchant* selalu memberikan pilihan penawaran yang sesuai dengan kemampuannya kepada konsumen. Namun sampai saat ini, kontrak *Online* seringkali berbentuk kontrak standar yang dikenal dengan istilah *Take It Or Leave It Contract*.
3. *Consumer to consumer*, merupakan transaksi bisnis elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain. Internet digunakan sebagai sarana pertukaran informasi tentang aset, kualitas, dan layanan suatu produk atau layanan.

#### **4. Hubungan Pelaku Usaha dengan Konsumen dalam Transaksi Elektronik**

Transaksi *E-Commerce* memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memperoleh barang/jasa dan memenuhi kebutuhan konsumen di seluruh dunia. Konsumen dapat mengalihkan beban transportasi jarak jauh, serta biaya transportasi dan ketentuan asuransi yang berlaku untuk perdagangan internasional. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen merupakan hubungan yang berkesinambungan. Alasan dari hubungan ini adalah karena mereka berdua sangat membutuhkan satu sama lain, dan ketergantungan mereka satu sama lain cukup tinggi.

Purba mencontohkan saat menjelaskan konsep hubungan pelaku usaha dengan konsumen menyatakan sebagai berikut:<sup>117</sup> Kunci utama perlindungan hukum konsumen adalah konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Jika tidak ada yang mengkonsumsi dan produk dikonsumsi dengan aman dan memuaskan, maka produksi tidak ada artinya, yang pada gilirannya merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.

Pelaku bisnis memang membutuhkan dan sangat bergantung pada dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, mungkin pelaku usaha dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Selain itu, permintaan konsumen sangat bergantung pada produksi pengusaha. Dari awal proses produksi, distribusi, pemasaran hingga pasokan, ada hubungan yang berkesinambungan antara pelaku bisnis dan konsumen.

Rangkaian kegiatan ini merupakan rangkaian perbuatan hukum yang menimbulkan akibat hukum bagi semua pihak atau hanya kepada pihak-pihak tertentu. Hal ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam suatu sistem pendistribusian dan pemasaran produk barang guna mencapai tingkat produktivitas dan efektivitas tertentu guna mencapai tujuan bisnis. Pada tahap hubungan distribusi dan penyaluran menghasilkan hubungan massal.<sup>118</sup>

Perkembangan transaksi antara pelaku niaga dengan konsumen berdampak pada perubahan struktur hukum hubungan pelaku niaga dengan

---

<sup>117</sup> Abdul Halim Barkatullah. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2018, hlm. 38.

<sup>118</sup> *Ibid.*, hlm. 39.

konsumen. Perubahan struktur hukum tersebut diawali dengan pergeseran paradigma hubungan konsumen dengan pelaku usaha, yakni hubungan yang semula berdasarkan prinsip *Warning Buyer* menjadi prinsip *Warning Supplier*. Awalnya, prinsip relasi yang menekankan kesadaran perlindungan diri konsumen berubah menjadi kesadaran pelaku usaha untuk melindungi konsumen.<sup>119</sup>

Dengan berkembangnya teknologi saat ini, masyarakat mengetahui bagaimana transaksi *E-Commerce* menggunakan internet. Transaksi *E-Commerce* merupakan salah satu media yang efektif bagi para pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa kepada calon konsumen dari seluruh dunia. *E-Commerce* merupakan model bisnis modern tanpa wajah (pelaku bisnis tanpa entitas fisik), perkembangan ini juga berdampak pada hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen.<sup>120</sup>

Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan hak konsumen dalam transaksi *E-Commerce*, diantara:<sup>121</sup>

1. Konsumen tidak dapat secara langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang dipesan;
2. Informasi produk yang diberikan tidak jelas dan/atau konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang perlu diketahui, atau informasi

---

<sup>119</sup> Abdul Halim Barkatullah. *Loc.Cit.*

<sup>120</sup> Widi Nugraha Ningsih. *Op.Cit.*, hlm. 33.

<sup>121</sup> *Ibid.*, hlm. 40.

yang diperlukan untuk pengambilan keputusan dalam transaksi tidak dapat ditentukan;

3. Status subjek hukum pelaku usaha tidak jelas;
4. Tidak ada penjelasan mengenai keamanan dan privasi transaksi serta risiko yang terkait dengan sistem yang digunakan, terutama dalam hal pembayaran elektronik, baik kartu kredit maupun uang tunai elektronik;
5. Distribusi risiko yang tidak seimbang, karena pada umumnya pembelian dan penjualan *online*, konsumen sudah membayar di muka, dan barang mungkin tidak diterima atau akan ditindak lanjuti nanti, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang daripada penerimaan barang;
6. Transaksi lintas batas menimbulkan pertanyaan tentang yurisdiksi hukum negara mana yang harus ditegakkan. Jika hak-hak konsumen yang diakui dikaitkan dengan hak-hak konsumen dalam Undang-Undang Konsumen Indonesia, maka risiko pelanggaran hak-hak konsumen dalam transaksi ini sangat tinggi, menempatkan konsumen dalam transaksi *e-commerce* pada posisi tawar yang lemah. Bisnis dilakukan di negara-negara dengan transaksi *e-commerce*, konsumen akan menghadapi banyak masalah hukum yang berbeda dan undang-undang serta peraturan perlindungan konsumen saat ini, praktek gagal melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas batas.

## 5. Mekanisme *E-Commerce*

Dalam kegiatan bisnis, keberadaan *E-Commerce* berfungsi sebagai media transaksi bagi penjual dan pembeli yang bertransaksi. Sebagai media transaksi *E-Commerce* memberikan berbagai kemudahan yang dapat dirasakan oleh pengguna setelah melalui beberapa tahapan, yaitu:<sup>122</sup>

- a. Berbagi informasi adalah proses pertama dalam transaksi *E-Commerce*. Pada tahap ini, calon pembeli biasanya menelusuri internet untuk mendapatkan informasi tentang beberapa produk yang akan dibeli. Informasi beberapa produk dapat diperoleh secara langsung melalui *Website Merchant* atau perusahaan yang memproduksi barang tersebut. Dalam hal informasi, ada dua hal utama yang dapat dilakukan pengguna di dunia maya, yaitu:
  1. Iklan dapat dilihat pada berbagai produk, barang atau jasa yang diiklankan oleh perusahaan melalui *Websitenya* dan,
  2. Data dapat dicari melalui informasi tertentu yang diperlukan sehubungan dengan transaksi jual beli yang akan dilakukan.
- b. Pesanan *Online* adalah tahap pemasaran calon pembeli yang tertarik dengan produk (barang atau jasa) yang ditawarkan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan tersebut, perusahaan perlu memiliki data center yang menyediakan informasi yang memadai terkait berbagai produk yang ditawarkan, serta tata cara pembeliannya. Untuk

---

<sup>122</sup> Widi Nugraha Ningsih dan Mira Erlinawati, *Op. Cit*, hlm. 33.

- pemesanan melalui *Website*, pedagang biasanya menyediakan katalog yang berisi daftar barang yang akan dipasarkan. Setelah mengisi form pemesanan, biasanya pada *Website* terdapat pilihan tombol konfirmasi untuk melanjutkan atau membatalkan pesanan.
- c. Transaksi *Online* adalah proses bisnis yang dilakukan secara *Online*. Ada banyak cara untuk berdagang secara *Online*. Berkat Internet, orang dapat melakukan transaksi *Online* melalui obrolan atau audio visual. Pada tahap ini biasanya diawali dengan proses tawar menawar di dunia maya antara pihak-pihak yang terlibat dalam *E-Commerce*.
- d. *E-Payment* adalah sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Biasanya, untuk dapat menyediakan layanan pembayaran *Online*, lembaga keuangan sebagai penerbit harus terlebih dahulu menjalin kemitraan dengan penyedia jaringan. Sedangkan bagi pelaku bisnis yang ingin menggunakan layanan pembayaran tersebut, perlu menghubungi pihak penerbit untuk menggunakan layanan tersebut. Dalam *E-Commerce*, paket pembayaran elektronik diimplementasikan dalam berbagai bentuk.
- e. *Digital Cash* adalah sistem pembayaran yang menggunakan uang *digital*. Melalui sistem *Cash Digital*, uang dapat disajikan dalam bentuk kecil sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. *Bank* kemudian

bisa mendebit sejumlah uang yang ditransfer ke rekening pelanggan sebagai alat pembayaran belanja di internet.<sup>123</sup>

## 6. Sistem Pembayaran Transaksi Online

Mengenai mekanisme transaksi, seringkali dapat disepakati dalam paket implementasi yang dapat mencakup keberadaan sistem pembayaran dan juga sistem pengiriman barang/jasa yang dapat dipilih oleh pengguna. Jika hal ini diatur dalam syarat-syarat penawaran, maka hubungan kontraktual antara pihak-pihak perdagangan harus jelas dan merupakan hasil kerjasama komersial antara pihak-pihak perdagangan.<sup>124</sup>

Tentu saja, mereka harus memiliki hubungan istimewa dan langgeng, dan idealnya ini harus dikomunikasikan kepada konsumen. Secara umum, kebijakan pembayaran aman dan mudah digunakan oleh konsumen. Berkenaan dengan itu, keberadaan sistem pembayaran yang digunakan harus memperhatikan kebijakan stabilitas moneter suatu negara dan juga memperhatikan kewenangan otoritas terkait yang bertanggung jawab menjaga mata uang, menjaga kelancaran sistem pembayaran.<sup>125</sup>

---

<sup>123</sup> *Ibid.*, hlm. 34.

<sup>124</sup> Cita Yustisia. *Bisnis Online Dan Transaksi Elektronik*, Jakarta: PT. Gramedia Persada, 2013, hlm. 23.

<sup>125</sup> Edmon Makarim. *Kerangka Kebijakan dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Juni 2013, Vol. 43, No. 3, hlm. 302.

Sistem pembayaran saat ini dapat dikategorikan menjadi 5 sebagai berikut:<sup>126</sup>

1) *COD (Cash On Delivery)*

*COD (Cash On Delivery)* atau membayar di tempat. Metode pembayaran ini hanya tersedia untuk wilayah terdekat, atau wilayah lain yang memiliki jaringan regional, dan pembeli membayar barang yang dipesan pada saat kedatangan.

2) *Transfer Bank*

*Transfer Bank*, jika Anda memilih untuk membayar melalui *transfer*, dapat mentransfer uang ke rekening Penjual. *Transfer* pembeli (*transfer* dapat dilakukan dengan setor tunai, *transfer* melalui *ATM* atau melalui klik *BCA*) jumlah yang dipesan paling lambat 3 hari setelah melakukan transaksi dan mengirimkan bukti *transfer* melalui email atau *fax*. Setelah dana *transfer* masuk dan bukti *transfer* diterima barang pesanan langsung dikirim.

3) Sistem Utang

Sistem ini mengharuskan konsumen untuk memiliki rekening bank terlebih dahulu. Jika dia akan melakukan pembayaran, pembayaran akan ditarik dari rekening dengan cara debit. Contoh

---

<sup>126</sup> Abdul Halim Barkatullah. *Op. Cit*, hlm. 75.



sistem tersebut adalah: *Bank Internet Payment Sistem, Elektronik Check*, dan *Open Financial Exchange (OFX)*.

#### 4) Kartu Kredit

Penjual dapat menggunakan jasa bank yang terkait dengan jaringan kartu kredit internasional, seperti *Mastercard, JSB* dan *Visa*. Setelah pesanan selesai dan pembeli memilih untuk membayar dengan kartu kredit, pembeli akan terhubung ke bank sebagai *gateway* pembayaran. Pengisian semua data tentang kartu kredit dilakukan di *Payment Gateway*. Tugas penjual adalah mengecek apakah ada transaksi dengan CC dan mengecek ke bank apakah CC yang digunakan valid. Sistem mengalihkan kewajiban pembayaran kepada pihak ketiga (kredit), kemudian kredit tersebut akan dibebankan ke tagihan orang yang bersangkutan.

#### 5) Uang digital (*e-money*) "*Cash*" atau *electronic "cash"*/uang tunai digital. Sistem pembayaran baru, seperti uang digital, hanya berfungsi jika keberadaannya diterima oleh banyak orang.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berhubungan dengan pembayaran melalui internet, yaitu:<sup>127</sup>

---

<sup>127</sup> Setia Putra. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Juli 2014, Vol. 4, No. 2, 2014, hlm. 295.

- a. *Security*: Data atau informasi yang berhubungan dengan hal-hal sensitif semacam nomor kartu kredit dan password tidak boleh sampai "dicuri" oleh yang tidak berhak karena dapat disalahgunakan dikemudian hari.
- b. *Confidentiality*: Perusahaan harus dapat menjamin bahwa tidak ada pihak lain yang mengetahui terjadinya transaksi, kecuali pihak-pihak yang memang secara hukum harus mengetahuinya (misalnya bank).
- c. *Integrity*: Sistem harus dapat menjamin adanya keabsahan dalam proses jual beli, yaitu harga yang tercantum dan dibayarkan hanya untuk jenis produk atau jasa yang telah dibeli dan disetujui bersama.
- d. *Authentication*: Proses pengecekan kebenaran. Disini pembeli maupun penjual merupakan mereka yang benar-benar berhak melakukan transaksi, seperti yang dinyatakan oleh masing-masing pihak.
- e. *Authorization*: Mekanisme untuk melakukan pengecekan terhadap keabsahan dan kemampuan seorang konsumen untuk melakukan pembelian (adanya dana yang diperlukan untuk melakukan transaksi jual beli).
- f. *Assurance*: Kondisi ini memperlihatkan kepada konsumen agar merasa yakin bahwa merchant yang ada benar-benar berkompeten untuk melakukan transaksi jual beli melalui internet (tidak melanggar hukum, memiliki sistem yang aman, dan sebagainya).

Pada ketentuan Pasal 9 Undang-Undang ITE dijelaskan 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<sup>128</sup>.”

Kemudian dalam Pasal 10 Ayat (1) UU ITE mewajibkan:

“Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik harus disertifikasi oleh lembaga Sertifikasi keandalan.”

Tidakhanya itu, dalam penyelenggaraan *E-Commerce*, penyelenggara Agen Elektronik wajib memperhatikan prinsip:<sup>129</sup>

- a) Kehati-hatian;
- b) Pengamanan dan terintegrasinya sistem Teknologi Informasi;
- c) Pengendalian pengamanan atas aktivitas Transaksi Elektronik;
- d) Efektivitas dan efisiensi biaya; dan
- e) Perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berarti dalam pelaksanaan transaksi *e-commerce*, para pihak harus menjalankan prinsip-prinsip tersebut di atas dengan baik dan konsisten. Berdasarkan pengamatan dan pengalaman, prinsip utama transaksi secara *Online* di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “*trust*” terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara *Online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*Payment Gateway*), jaminan keamanan dan keandalan *Website Electronic Commerce* belum

<sup>128</sup> Pasal 9 Undang-Undang Informasi & Transaksi Elektronik.

<sup>129</sup> *Ibid.*, hlm. 296.

menjadi perhatian utama bagi penjual maupun pembeli, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas *Online*, toko *Online*, maupun *blog*). Salah satu indikasinya adalah banyaknya laporan pengaduan tentang penipuan melalui media internet maupun media telekomunikasi lainnya yang diterima oleh kepolisian maupun penyidik Kementerian Kominfo. Dengan kondisi demikian, ada baiknya kita lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara *Online* dan mengedepankan aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan transaksi jual beli secara *Online*.<sup>130</sup>

#### **D. Gambaran Umum Tentang *Shopee* dan Akun Game Online**

##### **1. Pengertian Tentang *Shopee***

*Shopee* merupakan salah satu *Marketplace Online* untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat yang berkantor pusat di Singapura dibawah SEA Group. *Shopee* pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. *Shopee* menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk *Fashion*, elektronik sampai dengan

---

<sup>130</sup> *Ibid.*, hlm. 296.

kebutuhan sehari-hari. *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja *Online*.<sup>131</sup>

**Gambar 2. 1**  
**Logo *Shopee***



*Shopee* secara resmi diluncurkan di Indonesia pada tahun 2015. *Platform* ini menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman, praktis. *Chief Executive Officer Shopee* mengatakan bahwa *Shopee* merupakan *Platform* belanja online yang mengusung konsep sosial, dimana penggunanya tak hanya berfokus pada jual beli saja, tetapi juga bisa berinteraksi sesama pengguna lewat fitur pesan instan langsung.<sup>132</sup>

Perkembangan *Platform Shopee* berkembang sangat pesat di Indonesia, pada akhir 2018 mampu menggandeng hamper 2 juta *Merchant* aktif. Volume

<sup>131</sup> <https://shopee.co.id/> Diakses Pada 7 Juli 2022 Pukul 22.10 WIB.

<sup>132</sup> <https://shopee.co.id/> Diakses Pada 7 Juli 2022 Pukul 22.10 WIB.

transaksinya juga diklaim telah bertumbuh pesat. Saat ini angka unduhan *Shopee* mencapai 100 juta unduhan.<sup>133</sup>

Gambar 2. 2

Unduhan *Shopee* di Play Store



Sasaran pengguna *Shopee* merupakan generasi muda yang terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan menggunakan *Gadget* termasuk dalam kegiatan berbelanja. Oleh karenanya, *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi mobile guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. Adapun kategori produk yang ditawarkan *Shopee* seperti, produk *Fashion*, perlengkapan rumah tangga, elektronik dan lainnya. Adapun mengenai visi

<sup>133</sup> *Ibid.*

*Shopee* yaitu menjadi mobile marketplace nomor 1 di Indonesia sedangkan misinya mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.<sup>134</sup>

*Shopee* menawarkan berbagai macam produk kebutuhan wanita dan pria yang sesuai dengan gaya *Fashion* di Indonesia. Hal yang menarik dari *Shopee* yakni barang yang di tawarkan merupakan barang yang sedang trend saat ini, sehingga *Shopee* selalu mengikuti gaya fashion pria dan wanita yang semakin modern. Barang yang ditawarkan seperti, pakaian wanita, pakaian pria, alat elektronik, perlengkapan rumah tangga hingga kebutuhan olahraga, makanan minuman, voucher, perlengkapan bayi, serba-serbi. Hingga saat ini *Shopee* menawarkan 26 kategori produk.<sup>135</sup>

*Shopee* memberikan layanan kepada penjual dan pelanggan. Para penjual dimudahkan untuk menawarkan barang yang di produksi untuk dipasarkan kepada konsumen dengan klasifikasi barang sesuai dengan kategori produk yang di tawarkan. *Shopee* juga memudahkan para pelanggan dengan pengiriman barang menggunakan jasa kirim yang telah melakukan kerja sama dengan *Shopee*, seperti, JNE, JNT, Si Cepat, *Shopee Express* dan lain-lain. Dengan adanya layanan tersebut, pelanggan dapat memantau proses barang yang dibelinya mulai dari proses pembelian, pembayaran, pengiriman, serta

---

<sup>134</sup> <https://shopee.co.id/> Diakses Pada 7 Juli 2022 Pukul 22.15 WIB.

<sup>135</sup> <https://careers.shopee.co.id/> Diakses Pada 8 Juli 2022 Pukul 22.10 WIB.

pelanggan diberikan fasilitas untuk berinteraksi langsung dengan penjual melalui jendela obrolan yang ada dalam *Website Shopee* tersebut.<sup>136</sup>

Beberapa keunggulan Shopee:

- a) Menjual barang dengan cukup cepat dan dapat dilakukan hanya dalam waktu 30 detik.
- b) Memudahkan si penjual dalam memasarkan barang dagangannya dengan fitur foto. Sehingga bisa mengunggah foto barang hingga Sembilan foto. Hal ini dimaksudkan pembeli bisa menilik lebih jeli tentang barang yang akan ia beli.
- c) Ada fitur pemberitahuan tentang sistem pembayaran sampai dengan penyelesaian transaksi. Sehingga memudahkan penjual dalam mengecek transaksi jual beli online.
- d) Memberi kemudahan dalam memilih produk seperti memilih varian motif, warna hingga ukuran. Jadi jangan khawatir apabila tidak sesuai.
- e) Memiliki layanan gratis ongkir atau ongkos kirim.
- f) Memiliki layanan terbaru yang bisa digunakan untuk membayar tagihan listrik PLN.
- g) Memiliki tampilan yang dikemas menarik dan dapat digunakan dengan mudah walaupun oleh pengguna yang baru.
- h) Menghadirkan fitur *Live Chat* yang memudahkan pembeli agar bisa langsung berbicara dengan si penjual untuk bisa bertransaksi atau

---

<sup>136</sup> *Ibid.*



bernegosiasi. Fitur ini sangat memudahkan pengguna shopee karena mengingat pada situs e-commerce atau aplikasi yang lain yang harus menyimpan nomor telepon terlebih dahulu ketiks ingin bertransaksi.

- i) Memiliki fitur tawar menawar yang memungkinkan si pembeli untuk menawar harga.
- j) Memiliki fitur berbagi yang lengkap agar dengan mudah menyebarkan info ke berbagai situs media sosial atau aplikasi *messenger*, seperti *Facebook, Instagram, Twitter, Line, Pinterest, Whatsapp*.
- k) Shopee mengintegrasikan fitur media sosial yang mencakup fungsi hashtag, agar mempermudah pengguna dalam mencari barang atau produk yang sedang populer atau untuk mengikuti tren produk terbaru secara mudah<sup>137</sup>.

## 2. Mekanisme Berbelanja *Online* di *Shopee*

Sama halnya dengan *Marketplace* atau toko *Online* pada umumnya, *Shopee* memberikan fitur jual beli *Online* yang begitu mudah. Di mana untuk kita yang hendak melakukan transaksi di shopee, hal pertama tentu kita harus mengunjungi situs *Shopee* di <https://shopee.co.id/> atau kita juga bisa mengunduh/ mendownload secara langsung fitur tersebut di *Apps store* bagi pengguna *Ios* dan *Play store* bagi pengguna android.<sup>138</sup>

---

<sup>137</sup> <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/> diakses pada Tanggal 08 Juli 2022 Pukul 22.37 WIB.

<sup>138</sup> <https://id.m.wikipedia.org/> Diakses Pada 08 Juli 2022, 23.00 WIB.

Setelah kita sudah mendownload dan memasangnya, kita tinggal buka aplikasi dan kita sudah dapat menggunakannya. Namun dalam hal ini kita masih belum bisa menggunakan aplikasi *Shopee* untuk melakukan transaksi jual beli. Dalam hal ini kita hanya bisa menggunakan sebatas melihat-lihat produk yang ada disana.<sup>139</sup>

Secara umum, tampilan dari aplikasi *Shopee* ini akan dilambangkan dengan logo huruf “S” besar dengan warna *Orange* disekitarnya. Logo inilah yang akan terlihat diaplikasi apabila kita sudah selesai mendownload dan memasangnya. Setelah kita selesai mendownload atau mengunjungi aplikasi *Shopee* halaman awal yang akan *Shopee* tampilkan ialah *Homepage* dengan fitur-fitur yang tersedia yang bisa pengguna manfaatkan dan mempunyai fungsinya masing-masing.<sup>140</sup>

Langkah selanjutnya kita cukup mendaftarkan diri sebagai syarat agar kita bisa melakukan transaksi jual beli, ada beberapa metode yang digunakan untuk bisa mendaftarkan diri sebagai pengguna baru diantaranya dapat menggunakan beberapa metode pendaftaran diantaranya:<sup>141</sup>

1. Nomor telepon, di mana jika kita menggunakan nomor telepon maka hal pertama yang harus kita pastikan nomor yang kita gunakan itu aktif, karena dari pihak *Shopee* akan mengirim kode aktivasi ke nomor yang telah didaftarkan untuk selanjutnya kita bisa menggunakan.

---

<sup>139</sup> <https://shopee.co.id/> Diakses Pada 08 Juli 2022 Pukul 23.12 WIB.

<sup>140</sup> *Ibid.*

<sup>141</sup> <https://nasabamedia.com/> Diakses Pada 09 Juli 2022, Pukul 09.17 WIB.

2. *E-mail*, metode pendaftaran ini sama dengan metode pendaftaran dengan nomor telepon, di mana hal pertama yang harus kita perhatikan bahwa e-mail yang kita daftarkan masih aktif dan *terverifikasi*.
3. *Facebook*, dan *Line*. Untuk kedua *aplikasi* ini, sebenarnya sama dengan kita *log in* pertama saat menggunakan *facebook* atau *line* pertama kali, di mana kita akan secara otomatis dialihkan ke laman baru yakni laman *facebook* atau *line*, setelah itu kita masukan *e-mail* dan sandi yang kita gunakan, dan setelah selesai kita mengisinya maka kita akan kembali ke laman *Shopee*.

Jika kita sudah mendaftar dan sudah memiliki akun *Shopee*, maka dengan itu kita sudah dapat melakukan transaksi di *Shopee* baik itu menjual atau membeli produk yang ditawarkan. Langkah selanjutnya tentu kita tinggal memilih dan menekan barang/jasa yang kita butuhkan dengan mengklik gambar yang kita inginkan, dan secara otomatis akan dialihkan kelaman pembayaran, serta menyertakan dan memilih jasa pengiriman apa yang hendak kita gunakan untuk mengantarkan kerumah atau kealamat tujuan.<sup>142</sup>

Apabila telah selesai pengisian alamat serta pemilihan kurir yang kita pilih, dan metode pembayaran yang hendak kita gunakan. Maka kita *klik checkout* atau beli sekarang untuk menyelesaikan pesanan kita. Dan dari sini kita akan tahu berapa banyak total uang yang harus kita bayarkan<sup>143</sup>.

---

<sup>142</sup> *Ibid.*

<sup>143</sup> <https://blog.lokerpalangak.net>, Diakses Pada 10 Juli 2022 Pukul 13.23 WIB

Selanjutnya, jika semua proses sudah dilakukan maka barang yang kita pesan akan dikirim oleh jasa pengiriman yang kita pilih kealamat yang kita tuliskan dengan estimasi waktu yang sudah dituliskan oleh penjual di keterangan<sup>144</sup>.

Beberapa istilah yang akan kita temukan di *Marketplace shopee.co.id* :

- a. *Flashsale* : Program *Shopee* yang memungkinkan pengguna *Shopee* membeli berbagai barang impian dengan promo terbaik dan harga menarik.
- b. *Koin Shopee* : *Koin* yang bisa kita peroleh dari hasil *cashback* atau fitur lain dan dapat digunakan kembali untuk berbelanja.
- c. *Cashback* : hadiah yang bisa kita peroleh dari berbelanja, bisa berupa *koin* atau hadiah lain yang sudah disediakan.
- d. *Shopee Pay* : Semacam uang elektronik yang bisa kita isi ulang dan bisa kita ambil menggunakan metode transfer ke rekening kita

Proses pembayaran yang digunakanpun memiliki pilihan yang bermacam-macam dalam hal ini *Shopee* menggunakan sistem rekening bersama saat pembeli melakukan pembayaran, di mana pembeli mentransferkan uangnya kepada pihak *Shopee* baik melalui bank-bank yang sudah pembeli pilih atau melalui mini market (Indomaret, Alfamart, Ceriamart, Alfamidi, dan lain-lain).<sup>145</sup>

---

<sup>144</sup> *Ibid*

<sup>145</sup> <https://shopee.co.id/> Diakses Pada 9 Juli 2022 Pukul 09.45 WIB.

Selain metode pembayaran yang disebutkan di atas, pembayaran yang belum lama diluncurkan oleh shopee ialah pembayaran dengan sistem COD (*Cash on Delivery*), di mana pembayaran ini dilakukan dengan memberikan langsung uang yang sudah tertera pada saat *Check Out* kepada kurir pengiriman saat barang sudah sampai kepada pembeli ataupun konsumen. Ini merupakan ketentuan sekaligus fasilitas yang diberikan *Shopee* kepada penggunanya untuk mempermudah sekaligus memberikan jaminan keamanan dalam pembayaran. Untuk mempermudah pengklasifikasian pembayaran, di bawah ini akan dibedakan beberapa pembayaran yang tersedia di *Shopee* sekaligus biaya penanganan yang harus dibayar oleh konsumen.<sup>146</sup>

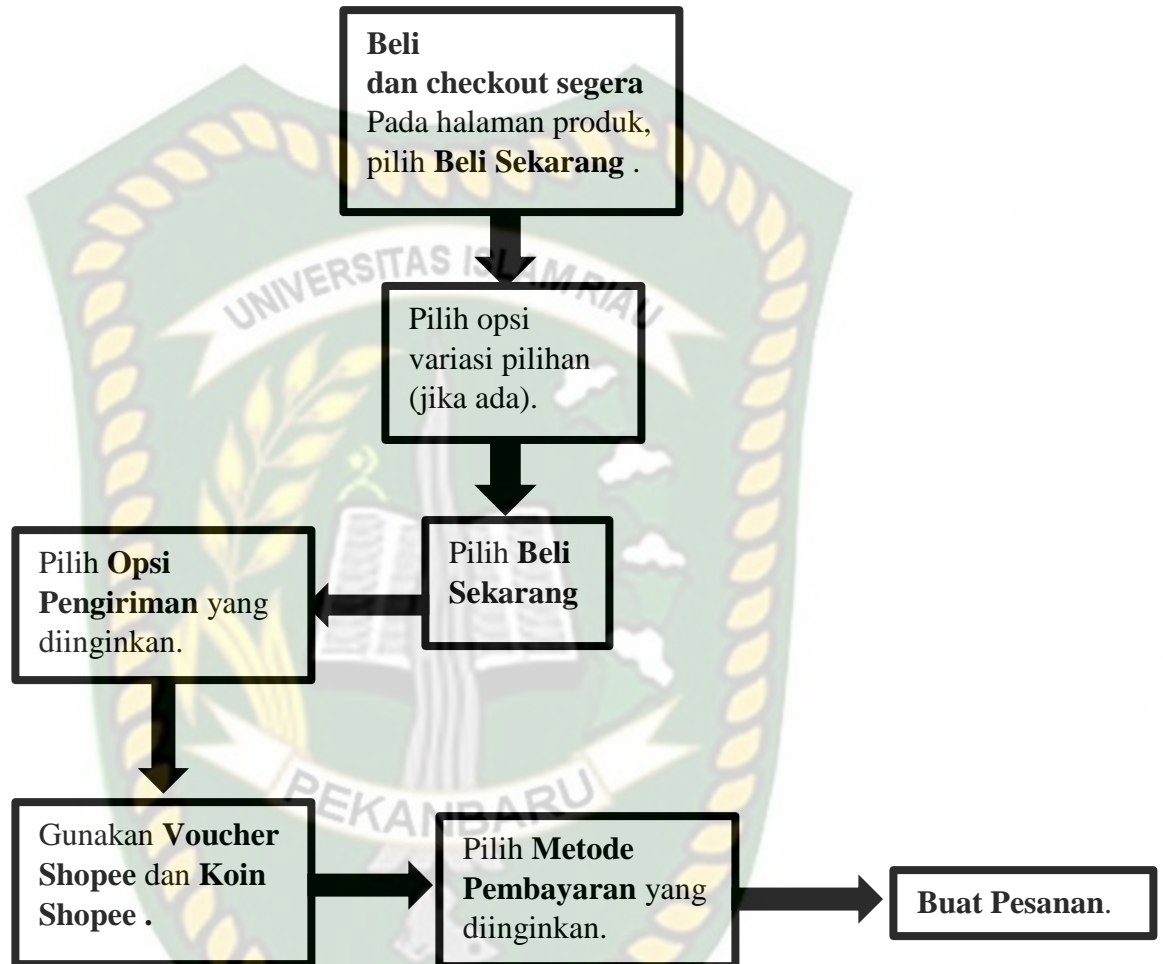
Setelah mencari produk dan memutuskan apa yang akan dibeli, Anda dapat melanjutkan proses pembelian dengan 3 (tiga) cara berikut:

---

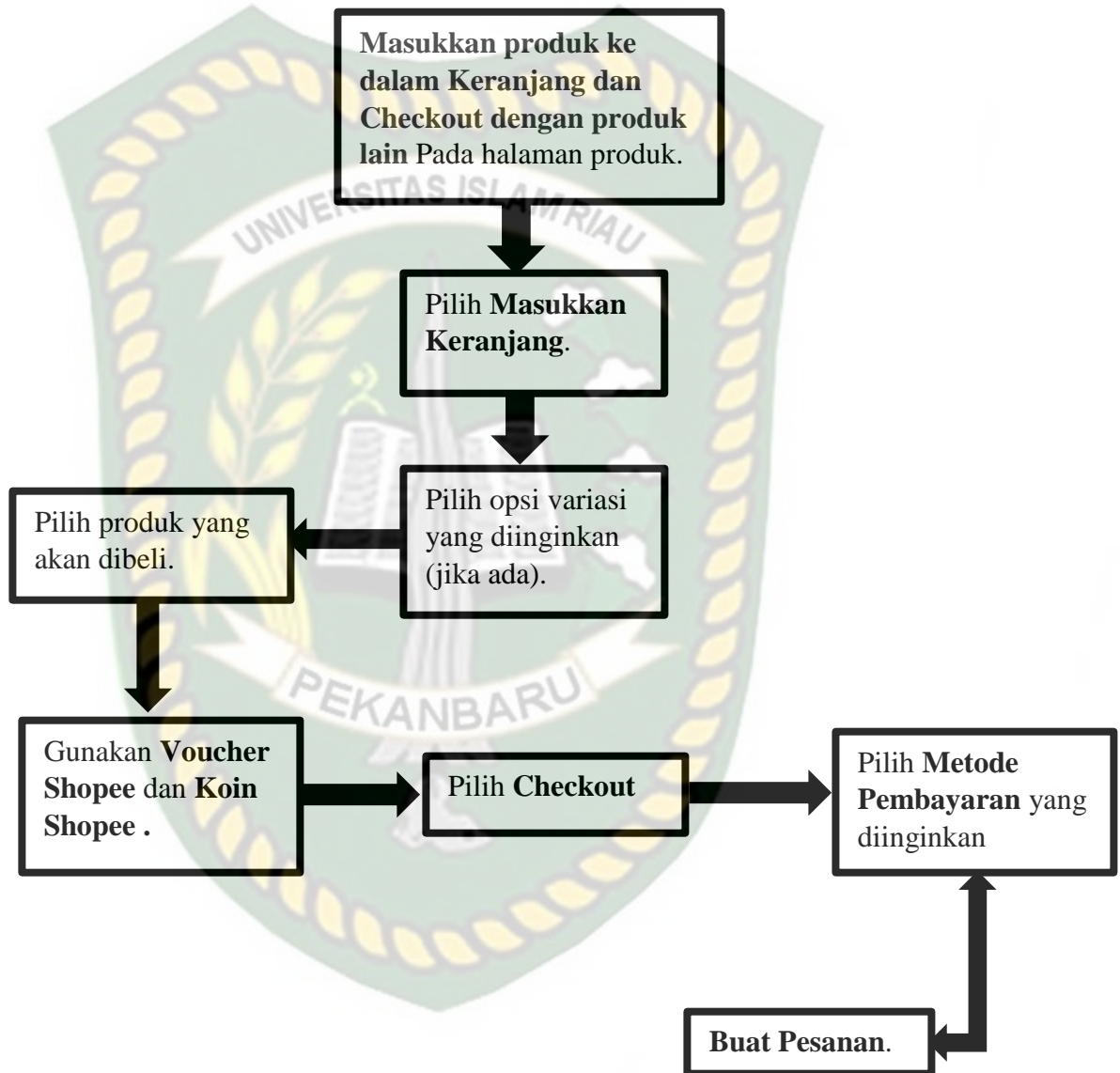
<sup>146</sup> *Ibid.*

## Bagan 2. 1

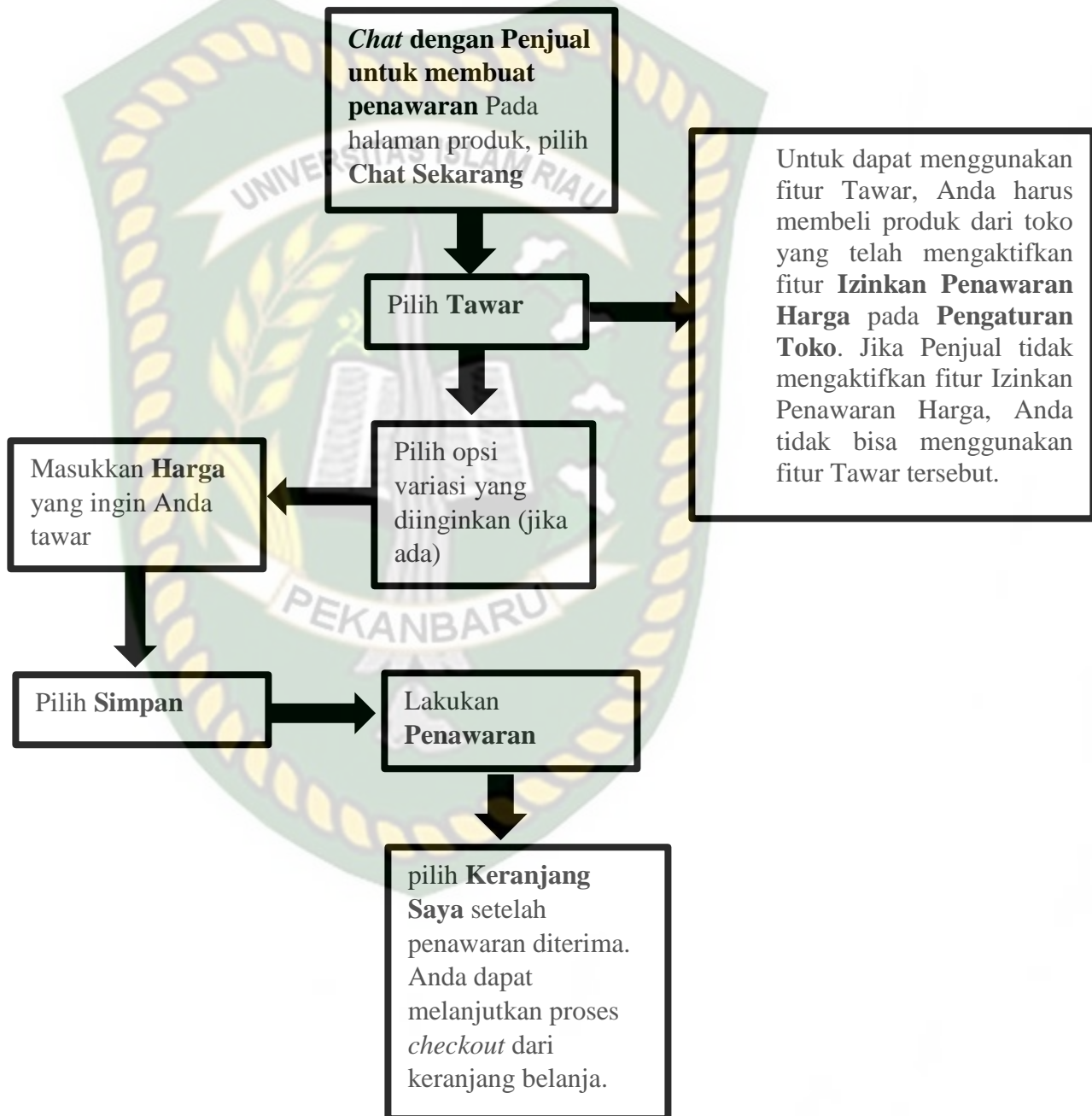
### Tata Cara Pemesanan Shopee



**Bagan 2. 2**  
**Tata Cara Pemesanan Shopee**



**Bagan 2. 3**  
**Tata Cara Pemesanan Shopee**





### 3. Pengertian Akun *Game Online*

*Game* jika di artikan secara bahasa berasal dari bahasa Inggris adalah permainan. Dengan bantuan teknologi, kini *game* dapat diartikan secara lebih luas lagi. Jadi secara istilah pengertian *game* adalah permainan yang di program pada suatu perangkat yang dapat dijalankan secara *offline* maupun *online*. *Game online* adalah permainan dengan jaringan, dimana interaksi antara satu orang dengan yang lainnya untuk mencapai tujuan, melaksanakan misi, dan meraih nilai tertinggi dalam dunia virtual.<sup>147</sup>

Meledaknya *Game Online* sendiri merupakan cerminan dari pesatnya jaringan komputer yang dahulunya berskala kecil sampai menjadi internet dan terus berkembang sampai sekarang. *Game Online* saat ini tidaklah sama seperti ketika *Game Online* diperkenalkan untuk pertama kalinya tahun 1960, komputer hanya bisa dipakai untuk 2 (dua) orang saja untuk bermain *game*. Lalu muncul komputer dengan kemampuan *Time Sharing* sehingga pemain yang bisa memainkan *Game* tersebut bisa lebih banyak dan tidak harus berada di suatu ruangan yang sama (*Multiplayer Games*).<sup>148</sup>

*Game Online* sendiri terdiri dari berbagai jenis, mulai permainan sederhana berbasis teks hingga permainan yang menggunakan grafik kompleks dan membentuk dunia virtual yang ditempati oleh banyak pemain sekaligus. Di

---

<sup>147</sup> <https://www.nasabmedia.com/pengertian-game> di akses pada tanggal 10 Juli 2022 Pukul 19.28 WIB

<sup>148</sup> Drajat Edy Kurniawan. *Pengaruh Intensitas Bermain Game Online Terhadap Perilaku Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Yogyakarta*, Januari – Juni 2017, hlm.99

dalam games online terdapat dua unsur utama, yaitu *Server* dan *Client*. *Server* berguna sebagai administrasi permainan dan menghubungkan client, sedangkan client bertugas sebagai pengguna permainan yang memakai kemampuan *Server*. *Games Online* bisa disebut sebagai bagian dari aktivitas sosial karena pemain bisa saling berinteraksi secara virtual dan seringkali menciptakan komunitas di dunia maya.<sup>149</sup>

Pada tahun 1970 ketika muncul jaringan komputer berbasis paket, jaringan komputer tidak hanya sebatas LAN (*Local Area Network*) saja tetapi sudah mencakup WAN (*Wide Area Network*) dan menjadi internet. *Game Online* pertama kali muncul kebanyakan adalah *game – game* simulasi perang ataupun pesawat yang dipakai untuk kepentingan militer yang akhirnya dilepas lalu dikomersialkan, *game – game* ini kemudian menginspirasi game game yang lain muncul dan berkembang. Pada tahun 2001 adalah puncak dari demam *Dotcom* sehingga penyebaran informasi mengenai game online semakin cepat.<sup>150</sup>

#### **4. Sejarah Perkembangan *Game Online Mobile Legends: Bang-bang***

*Mobile Legend* merupakan *Game Online* jenis MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) yang dibuat dan dikembangkan oleh Moonton, *Developer* asal Tiongkok. Game ini bisa dimainkan di IOS (*Iphone Operating System*) dan *Android*, sehingga hal ini semakin membuat banyak pengguna smartphone yang

---

<sup>149</sup> Krista Surbakti, *Jurnal Curere Pengaruh Game Online Terhadap Remaja*, April 2017, hlm. 31

<sup>150</sup> Sebuah perusahaan yang melakukan sebagian besar bisnisnya di internet

mengunduhnya. Walaupun begitu *Player* yang memiliki akun *Game Mobile Legends* di *Android* tidak bisa digunakan di *IOS* dan sebaliknya.<sup>151</sup>

*Game* ini rilis di *Android* pada 11 Juli 2016 di Indonesia (Server Tiongkok) dan rilis di *IOS* pada 9 November 2016 (*Server Global*). *Mobile Legends* sudah ada lebih dari 100 (Seratus) negara dan sudah tersedia dalam 22 (dua puluh dua) bahasa. *Game* ini sangat populer di Indonesia meskipun banyak pesaingnya seperti *Arena of Valor* dan *Vain Glory* yang juga dari genre yang sama ikut meramaikan *Game* ponsel 5 (Lima) versus 5 (Lima) saat ini. Dalam perjalanannya, *Mobile Legends* sempat menjadi bahan pembicaraan dan menuai kontroversi karena *Riot Games*, perusahaan yang mengembangkan dan menerbitkan permainan *PC League of Legends*, mengajukan gugatan pada tanggal 11 Juli 2017 terhadap pengembang *Mobile Legends: Bang Bang* yakni Shanghai *Moonton Technology* ke Pengadilan Negeri California karena telah melanggar beberapa merek dagang dalam permainannya.<sup>152</sup>

Gugatan dan dugaan pelanggaran atas kekayaan intelektual menjadi alasan dasar yang diajukan oleh *Riot Games* kepada *Moonton*. Para pengacara *Riot Games* dalam gugatan mereka mengatakan bahwa *Moonton* melakukan pelanggaran atas kekayaan intelektual melalui permainan video yang mereka

---

<sup>151</sup> <https://www.indotelko.com>, di akses pada tanggal 11 Juli 2022 Pukul 11.21 WIB.

<sup>152</sup> *Ibid.*

kembangkan, yakni *Magic Rush*, *Heroes Mobile Legends*, *MOBA*, dan *Mobile Legends: Bang Bang*.<sup>153</sup>

Pihak Moonton kemudian merilis sebuah pernyataan pada hari yang sama melalui halaman *Facebook* yang mengklaim bahwa hak ciptanya telah terdaftar dan dilindungi di banyak negara di seluruh dunia. Selanjutnya diklaim bahwa Moonton memiliki hak kekayaan intelektual dan mengancam tindakan hukum terhadap media dan pesaing karena menyebarkan informasi palsu tentang Moonton. Sehingga akhirnya *Mobile Legends* pun akhirnya tetap eksis sampai sekarang.<sup>154</sup>

Sementara perkembangan *Game Online Mobile Legends* di Indonesia sendiri bermula di 2016, tepatnya bulan September. Moonton merilis *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) pertama kali di Brazil kemudian secara global (*Worldwide*). Saat itu juga mereka sudah memegang data retention rate para gamer di seluruh dunia yang menunjukkan bahwa gamer memang suka bermain game *MOBA* dan ada potensi besar di Asia Tenggara. Pertama, banyak orang memperbincangkan *MLBB* di media sosial dan Moonton melihat gamer ternyata suka sekali bermain *MOBA* di ponsel mereka masing-masing. Kedua, dari data yang Moonton punya saat itu, angka retention nya sungguh menakjubkan. Data itu menunjukkan banyak sekali gamer yang memainkannya setiap hari.<sup>155</sup>

---

<sup>153</sup> Rio Caesar. *Jurnal animasi dan games*, Oktober 2015, hlm.18.

<sup>154</sup> *Ibid.*

<sup>155</sup> *Ibid.*

Menariknya, menurut pengakuannya Lucas Mao sebagai komisioner MPL ID, awalnya mereka mengira Brazil dan Eropa yang akan jadi pasar terbesar untuk MLBB (*Mobile legends bang bang*). Namun ternyata game ini jauh lebih sukses di Asia Tenggara. Meski memang, MLBB juga jadi MOBA di *Mobile* paling populer di Eropa, Amerika Serikat, Rusia, dan Turki untuk saat ini. Ada satu cerita menarik yang ia dapatkan saat menggelar turnamen di Turki bulan Juli lalu. *Gamer* di sana mengaku sebagai fans berat ONIC dan mengikuti perkembangan MPL Indonesia untuk meningkatkan skill bermain mereka.

Pengaruh MLBB ke industri Esports di Indonesia berawal dari *Mobile Legends: Bang Bang Southeast Asia Cup* (MSC) 2017. Pada bulan Juli 2017, Moonton menggelar kualifikasi MSC 2017 untuk Indonesia yang digelar di Gandaria City. Saat itu, Saints Indo yang jadi juara setelah mengalahkan E8 di babak finalnya.

Pasca kualifikasi untuk Indonesia, gelaran utama MSC 2017 yang diikuti oleh 8 (delapan) tim dari 5 (lima) negara Asia Tenggara (Indonesia, Thailand, Filipina, Singapura, dan Malaysia) digelar di Mall Taman Anggrek. Dari MSC 2017 nama-nama seperti Jess No Limit, Donkey, Oura, dan yang lain-lainnya yang menjadi *Icon Esports* nasional saat ini mencuat ke permukaan. Moonton menggelar MSC 2017 karena memang dibutuhkan oleh para *Gamer* nya. MLBB adalah game MOBA yang memang dilahirkan untuk jadi *Esports*. Meski mendapat sambutan yang antusias dari para *Gamer* nya, MSC 2017 masih bisa dibilang hanyalah sebuah pengantar. *Mobile Legends: Bang Bang*

*Professional League* (MPL) Indonesia Season 1 yang bisa memecahkan kebuntuan *Esports* menjangkau khalayak luas, termasuk pemerintah dan para pelaku industri *Non-Endemic* di Indonesia.<sup>156</sup>

Mr. Caya selaku *Country Manager Mobile Legends* untuk Indonesia mengungkapkan ada 70.000.000,- (Tujuh puluh juta) pemain di Indonesia, 30.000.000,- (Tiga puluh juta). Caya juga memberi tahu data tentang pemakaian *Hero Tank* terinspirasi dari kisah rakyat Indonesia, yaitu Gatot Kaca. Pembuatan *Hero* dari Indonesia ini adalah bentuk apresiasi Moonton terhadap komunitas pemain MLBB di Indonesia.<sup>157</sup>

**Gambar 2. 3**



Keterangan: Logo tersebut adalah ketika kita menekan aplikasi mobile legends dan memainkannya akan muncul logo seperti ini<sup>158</sup>.

<sup>156</sup> <https://www.onesports.gg/mobile-legends> di akses pada tanggal 19 Juli 2022 Pukul 22.37 WIB

<sup>157</sup> *Ibid.*

<sup>158</sup> <https://fahmifebi.com/loading-awal-game-mobile-legend/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.22 WIB.

**Gambar 2. 4**



Keterangan: Ini adalah loading screen versi 1.6.95.759.4 ketika ingin memasuki lobby didalam game mobile legends<sup>159</sup>.

**Gambar 2. 5**



Keterangan: Ini adalah bentuk dari lobby game mobile legends<sup>160</sup>.

<sup>159</sup> <https://fahmifebi.com/loading-awal-game-mobile-legend/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.23 WIB.

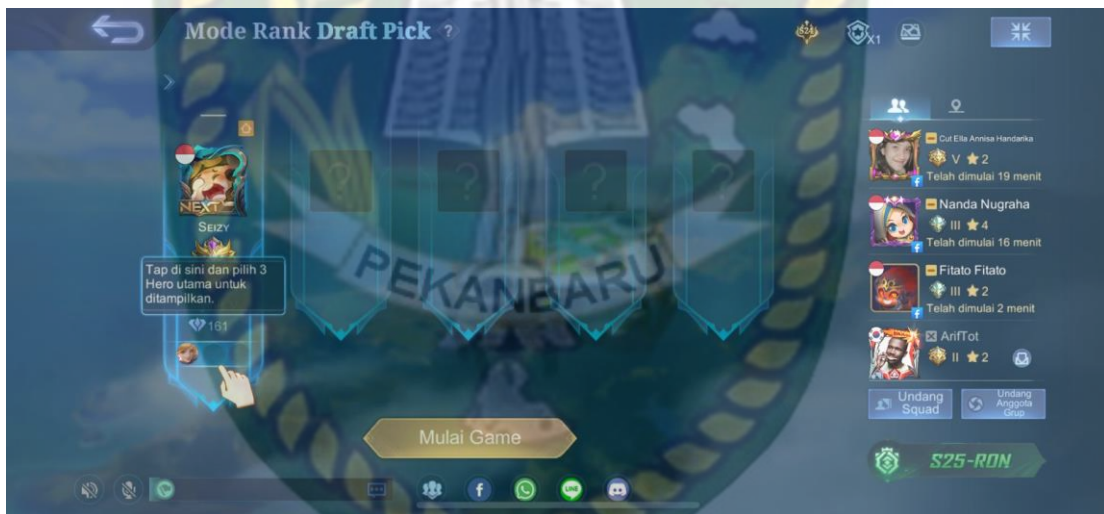
<sup>160</sup> <https://dailyspin.id/esports/mobile-legends/bocoran-tampilan-lobby-mobile-legends-terbaru-2021-jadi-hd-parah/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.25 WIB.

Gambar 2. 6



Keterangan: Ini adalah gambaran profil para player mobile legends<sup>161</sup>.

Gambar 2. 7



Keterangan: Ini adalah room mode rank untuk menaikkan tier, bisa bermain bersama teman<sup>162</sup>.

<sup>161</sup> <https://m.mobilelegends.com/en/rank>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.32 WIB

<sup>162</sup> <https://mobile-legends.fandom.com/wiki/Ranked>, <https://mobile-legends.fandom.com/wiki/Ranked>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.39 WIB.



Gambar 2. 8



Keterangan: Ini adalah pencarian teman dan lawan untuk bermain di mode ranked<sup>163</sup>.

Gambar 2. 9



Keterangan: Ini adalah gambaran ketika mendapatkan tim dan lawan<sup>164</sup>.

<sup>163</sup> <https://mobile-legends.fandom.com/wiki/Ranked>,  
<https://mobile-legends.fandom.com/wiki/Ranked>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.39 WIB.

<sup>164</sup> *Ibid.*

Gambar 2. 10



Keterangan: Dalam mode ini, pemain memiliki sekitar 32 detik untuk memilih *hero* yang akan diblokir / tidak dapat dipilih dan dimainkan. Hanya anggota ke-4 dan ke-5 dari setiap tim yang dapat mengeban 2 *hero*<sup>165</sup>.

Gambar 2. 11



Keterangan: Setelah *hero* tertentu dilarang, kedua belah pihak akan bergiliran pada rotasi 1/2/2/2/1, memilih *hero* untuk memasuki pertempuran. Kamu tidak dapat memilih *hero* yang telah dipilih oleh pemain lain<sup>166</sup>.

<sup>165</sup><https://kumparan.com/info-sport/apa-itu-mobile-legends-ini-cara-memainkannya-1w6HO5wK6gh/4>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.42 WIB.

<sup>166</sup>*Ibid.*

Gambar 2. 12



Keterangan: Ini adalah gambaran ketika semua sudah memilih hero nya masing masing dan bersiap memasuki pertempuran<sup>167</sup>.

Gambar 2. 13



Keterangan: Ini adalah gambaran didalam game<sup>168</sup>.

<sup>167</sup> <https://mobile-legends.fandom.com/wiki/Ranked>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.39 WIB.

<sup>168</sup> *Ibid.*

Gambar 2. 14



Keterangan: Ini adalah hasil pertandingan menyelesaikan game terdapat KDA (Kill,Death,Assist) para semua pemain game mobile legends<sup>169</sup>.

<sup>169</sup> Ibid..

## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### **A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Di Lihat Dari Dua Sisi Yaitu Pelaksanaan Dari Penjual Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Dan Pelaksanaan Dari Pembeli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang.**

Hadir sebagai layanan *Marketplace* yang menyediakan segala macam produk kebutuhan masyarakat yang berdampak pada kemudahan dalam jual beli. Saat ini aplikasi *Shopee* sangat populer dan terus melakukan perubahan sehingga mampu memberikan pelayanan terbaik sebagai penyedia jasa jual beli online terbesar di Indonesia.

##### **a) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun Game Mobile Legends: Bang Bang Oleh Penjual.**

Berdasarkan tabel di bawah mengenai: kenapa anda lebih memilih berjualan di *E-Commerce* *Shopee*, apakah karena banyak peminatnya?,

Para *seller* memberikan jawabannya pada kusioner online yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan pertama untuk *seller*, Para *seller* yang menjawab dengan Ya sebanyak 5 orang, yang

menjawab Tidak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin 0 orang, *seller* mengakui bahwa berjualan di *e-commerce* shopee dikarenakan peminat *e-commerce* shopee banyak peminatnya dan para pengguna aplikasinya pun banyak peminatnya sehingga banyaknya *seller* yang berjualan di *e-commerce* shopee tersebut.

**Tabel 3. 1**

**Pendapat Penjual Terhadap E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Toko)	Persentase
1.	Ya	5	100%
2.	Tidak	0	0%
3.	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022.

**Tabel 3. 2**

**Pendapat Penjual Terhadap E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Toko)	Persentase
1.	Ya	5	100%
2.	Tidak	0	0%
3.	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022.

Berdasarkan tabel di atas mengenai: Bagaimana Selama ini penjualan anda dengan menjual akun game online mobile legends apakah mendapatkan keuntungan Secukupnya Perhari?

Para *seller* memberikan jawabannya di kusioner online yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan kedua untuk *seller*, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab mungkin 0 orang, para *seller* mengakui bahwa mereka mendapatkan keuntungan yang cukup untuk perharinya dengan berjualan akun game online mobile legends: bang bang.

**Tabel 3. 3**  
**Pendapat Penjual Terhadap E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Toko)	Persentase
1.	Ya	5	100%
2.	Tidak	0	0%
3.	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022.

Berdasarkan tabel di atas mengenai: Apakah Shopee Menjadi Pilihan Anda Untuk Berjualan Akun Game Online Mobile Legends?

Para *seller* memberikan jawabannya di kusioner online yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan ketiga untuk *seller*, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin 0 orang, para *seller* menjadikan *e-commerce* shopee sebagai pilihan untuk berjualan akun game online mobile legends: bang bang dari pada *e-commerce* yang lain.



**Tabel 3. 4**  
**Pendapat Penjual Terhadap E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Toko)	Persentase
1.	Ya	5	100%
2.	Tidak	0	0%
3.	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022.

Berdasarkan tabel di atas mengenai: Dalam Sehari Berapa Akun Game Online Mobile Legends yang terjual,Apakah 1-5 Akun?

Para *seller* memberikan jawabannya pada kusioner online yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan keempat untuk *seller*, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin sebanyak 0 orang, para *seller* mengakui bahwa akun yang terjual perharinya di *e-commerce* shopee bisa terjual 1 sampai dengan 5 akun.

**Tabel 3. 5**  
**Pendapat Penjual Terhadap E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Toko)	Persentase
1.	Ya	5	100%
2.	Tidak	0	0%
3.	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022.

Berdasarkan tabel di atas mengenai: Menurut Anda Apakah Shopee adalah E-Commerce yang paling unggul diantara e-commerce yang lain sehingga anda memilih Shopee untuk berjualan akun game online mobile legends?

Para *seller* memberikan jawabannya pada kusioner online yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kuesioner online dan ini adalah pertanyaan kelima untuk *seller*, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin sebanyak 0 orang, *seller* mengakui bahwa *e-commerce* shopee adalah *e-commerce* yang paling unggul di antara *e-commerce* yang lain dikarenakan banyaknya peminat *e-commerce* shopee tersebut.

## 1. Perlindungan Hukum Secara Normatif terhadap Konsumen dalam Pembelian Akun Game Online Mobile Legend

Dalam Hukum Positif jual beli terdapat pada Pasal 1457 KUHPerdara, yang menyatakan<sup>170</sup> “*Jual Beli merupakan suatu perjanjian dengan mana satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain membayar harga yang telah dijanjikan*”. Transaksi elektronik dapat menimbulkan beberapa potensi pelanggaran menurut hukum, maka diperlukan ketelitian masing – masing pihak ketika melakukan transaksi jual beli akun *Game Online Mobile Legend*<sup>171</sup>.

Transaksi elektronik merupakan model perjanjian jual-beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual-beli konvensional. Transaksi elektronik menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Jual beli akun *Game Online Mobile Legend* mengakibatkan para pihak terikat karena perjanjian atas suatu perikatan yang timbul dari perjanjian. Seperti yang dijelaskan dalam Kitab Undang – Undang Hukum Perdata Pasal 1233 yang menyatakan bahwa perikatan lahir karena Undang – Undang dan Perjanjian<sup>172</sup>.

Pengaturan tentang Perikatan diatur dalam buku III KUHPerdara yang bersifat terbuka, yang artinya para pihak dapat membuat suatu

---

<sup>170</sup> Pasal 1457 KUHPerdara Tentang Perjanjian Jual Beli.

<sup>171</sup> Muhammad Luqman Fauzan, *Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legend*, skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2020, Hlm 92.

<sup>172</sup> Pasal 1233 KUHPerdara Tentang Perikatan.

perjanjian diluar yang telah ditentukan dari buku III KUHPerdara tersebut, namun terdapat pembatasan tertentu dalam pembuatan perjanjian tersebut, yaitu perjanjian yang tidak bertentangan dengan kesusilaan, Undang – Undang, maupun ketertiban umum. Para pihak diharapkan dapat menyusun suatu perjanjian yang memadahi untuk melaksanakan jual – beli, termasuk dalam jual beli *Online* pada akun *Game Online Mobile Legend*. Buku III terkait dengan syarat batal dalam Pasal 1266 ayat (1) KUHPerdara yang menyatakan bahwa syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan – persetujuan yang memiliki timbal – balik. Apabila para pihak tidak memenuhi kewajibanya tersebut maka Pasal 1266 KUHPerdara akan bersifat *imperatif dwingen*.<sup>173</sup>

## 2. Perlindungan Hukum Secara Empiris terhadap Konsumen dalam Jual Beli Akun *Game Online Mobile Legend*

*Mobile Legend* adalah sebuah permainan yang dimainkan pada telepon atau tablet. *Game* ini dapat dimainkan di *Platform Mobile Android* dan *IOS*. Permainan ini dimainkan sebanyak 10 (sepuluh) orang yang terbagi menjadi 2 (dua) tim. Permainan dimulai dengan setiap pemain memilih 1 (satu) hero yang bisa digunakan oleh pemain.<sup>174</sup>

Penjualan akun *Game Online Mobile Legend* sama halnya dengan penjualan barang – barang lain yang dijual melalui dunia maya atau

<sup>173</sup> Pasal1266 (1) Buku III KUHPerdara.

<sup>174</sup> *Op.cit*, Hlm 100.

*Online*. Karena penjual maupun pembeli biasanya tidak berada dalam satu wilayah atau mereka berbeda daerah. Oleh karena itu, penjual memposting atau mempromosikan akun *Game* tersebut melalui media *Online* seperti *Facebook, Instagram*, maupun akun jual beli *Online*<sup>175</sup>. Dalam penetapan harga jual beli akun *Game Online Mobile Legend* dilakukan dengan kesepakatan melalui *Chatting*<sup>176</sup>.

**b) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun Game Mobile Legends: Bang Bang Oleh Pembeli.**

Berdasarkan tabel dibawah mengenai: Apakah anda bermain game Mobile Legends: Bang Bang?

Para pembeli memberikan jawabannya pada kusioner online yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan pertama untuk pembeli, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin sebanyak 0 orang, para pembeli bermain game online mobile legends:bang bang.

---

<sup>175</sup> *Ibid.*

<sup>176</sup> *Ibid.*

**Tabel 3. 6**

**Pendapat Pembeli Terhadap Penjual Akun Game Online Mobile**

**Legends: Bang Bang Dan E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Ya	5	100%
2	Tidak	0	0%
3	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022

**Tabel 3. 7**

**Pendapat Pembeli Terhadap Penjual Akun Game Online Mobile**

**Legends: Bang Bang Dan E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Ya	3	60%
2	Tidak	0	0%
3	Mungkin	2	40%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel di atas mengenai: Apakah E-Commerce Shopee Menurut Anda Adalah E-Commerce Yang Mudah DiPahami?

Para pembeli memberikan jawabannya pada kusioner yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan kedua untuk pembeli, yang menjawab Ya sebanyak 3 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin sebanyak 2 orang, mereka mengakui bahwa *e-commerce* shopee adalah *e-commerce* yang mudah dipahami dari *e-commerce* yang lain.

**Tabel 3. 8**  
**Pendapat Pembeli Terhadap Penjual Akun Game Online Mobile**  
**Legends: Bang Bang Dan E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Ya	5	100%
2	Tidak	0	0%
3	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel di atas mengenai: Apa Alasan Anda Memilih Shopee Untuk Pembelian Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang, Apakah Karena Mudah Pembayaran dan Mudah Dipahami?

Para pembeli memberikan jawabannya pada kusioner yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan ketiga untuk pembeli, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin sebanyak 0 orang, mereka memilih *e-commerce* shopee untuk pembelian akun game online mobile legends:bang bang dikarenakan *e-commerce* shopee terdapat mudahnya pembayaran dan mudah dipahami.

**Tabel 3. 9**  
**Pendapat Pembeli Terhadap Penjual Akun Game Online Mobile**  
**Legends: Bang Bang Dan E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Ya	5	100%
2	Tidak	0	0%
3	Mungkin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022



Berdasarkan tabel di atas mengenai: Apakah Anda Menyukai Berbelanja Di E-Commerce Shopee?

Para pembeli memberikan jawabannya pada kusioner yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan keempat untuk pembeli, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Mungkin sebanyak 0 orang, mereka mengakui bahwa menyukai berbelanja di *e-commerce* shopee dikarenakan mudah digunakan aplikasinya dan mengaksesnya serta pembayarannya tidak terlalu kompleks.

**Tabel 3. 10**  
**Pendapat Pembeli Terhadap Penjual Akun Game Online Mobile**  
**Legends: Bang Bang Dan E-Commerce Shopee**

No.	Jawaban Responden	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Ya	5	100%
2	Tidak	0	0%
3	Belum Tapi Ingin	0	0%
	Total	5	100%

Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel di atas mengenai: Apakah Anda Pernah Membeli Akun Game Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce Shopee?

Para pembeli memberikan jawabannya di kusioner yang saya buat, saya membuat 5 pertanyaan di kusioner online dan ini adalah pertanyaan kelima untuk pembeli, yang menjawab Ya sebanyak 5 orang, yang menjawab Tidak sebanyak 0 orang, dan yang menjawab Belum Tapi Ingin sebanyak 0 orang, mereka mengakui bahwa pernah membeli akun game online mobile legends: bang bang melalui *e-commerce* shopee.

Adapun beberapa kelebihan dalam berbelanja Online di *Shopee*, hal ini diungkapkan dalam salah satu Wawancara melalui Kusioner Online yaitu :

Alasan saya belanja di *Shopee* itu karena harganya murah, tentunya cari barangnya mudah dan relatif banyaknya pilihan yang diinginkan. Terutama saya sendiri sebagai salah satu penggemar Game *Online* yang lumayan sering bertransaksi menggunakan aplikasi *Shopee* tersebut, dalam pembelian akun ataupun *Top-Up* kebutuhan dalam Game Mobile Legends<sup>177</sup>

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

---

<sup>177</sup> Wawancara dengan Heru Mahendra, tanggal 8 Juni 2022, 10.30 WIB, Di Kusioner Online

perlindungan konsumen. Salah satu yang menjadi keluhan berbagai konsumen berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen *Shopee* yaitu:

Saya pernah memesan Akun *Game Online* (Mobile Legends: Bang Bang) sesuai yang sudah saya pilih ataupun pilihan dari deskripsi tokonya, tetapi dari pihak *Sellernya* memberikan akun dengan spekulasi yang berbeda dan jauh dari ekspektasi yang saya pesan, tentunya ini merupakan salah satu kerugian dari pihak saya dan buyer yang lain<sup>178</sup>.

Hal ini juga di ungkapkan oleh konsumen *Shopee* lainnya, terkait masalah yang sering dialaminya saat berbelanja online di *Marketplace* tersebut, yaitu :

Sudah berap kali saya *Order* akun di *Store* ini, akun yang diberikan tidak sesuai apa yang saya inginkan dan jauh berbeda dari spesifikasi yang sebelumnya saya pilih. Sehingga pada akhirnya saya memberikan *Rate* atau *Star* satu, ternyata setelah saya cek kembali tidak hanya saya sendiri yang memberikan rating yang rendah. Sebelumnya ada juga Konsumen yang bernasib sama dengan saya<sup>179</sup>.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat bahwa masih banyak konsumen *Shopee* yang merasa tidak puas dalam melakukan jual beli di *Shopee*. Itu semua disebabkan oleh pihak *Store* dari *Shopee* tersebut akan tetapi, dengan adanya berbagai keluhan konsumen, pihak *Shopee* telah memberikan kebijakan terkait pengembalian produk

---

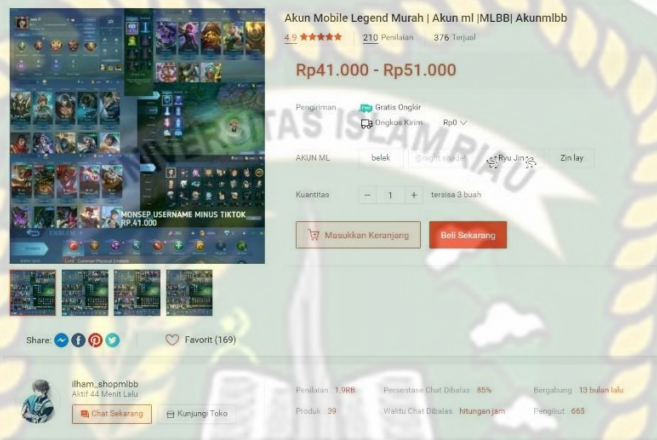
<sup>178</sup> Wawancara dengan Hendra, tanggal 8 Juni 2022, 10.45 WIB, Di Kusioner Online.

<sup>179</sup> Wawancara dengan M. Surya Bhaskara, tanggal 9 Juni 2022, 10.00 WIB, Di Kusioner Online.

dan dana yang tidak sesuai dengan pesanan, Meskipun terkadang dari beberapa *Store* yang tidak merespon teguran dari pihak *Shopee* tersebut.

**Gambar 3. 1**

**Salah satu *Store Online Akun Mobile Legends***



Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Narasumber Konsumen *Marketplace Shopee* mengenai pengembalian barang atau akun ialah :

Saya selaku Konsumen yang membeli produk akun *Game Online* pada *Marketplace Shopee* sebelumnya meminta pertanggung jawaban atas pesanan yang tidak sesuai, tetapi lamanya respon dari sellernya. Tetapi pada akhirnya Seller menggantinya dengan akun yang lain, walaupun berbeda Spekulasi tetapi yaa mau bagaimana lagi tetap saya terima dari pada tidak ada pertanggung jawaban dari Seller *Shopeenya*<sup>180</sup>.

<sup>180</sup> Wawancara dengan Phandu, tanggal 9 Juni 2022, 10.15 WIB, Di Kusioner Online.

Pada dasarnya *Shopee* telah menjamin kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian di *Platform Shopee* dengan menyediakan layanan pengembalian produk sesuai dengan persyaratan yang tertera dalam aplikasi tersebut.

Meskipun telah ada kebijakan pengembalian barang namun nyatanya konsumen yang mengalami permasalahan yang seperti disebutkan sebelumnya, tidak serta merta mengembalikan barangnya. Banyak konsumen yang memilih tidak mengembalikan hal ini diketahui setelah melakukan wawancara yaitu:

Terkadang barang yang sudah saya pesan tidak sesuai dengan gambar yang dicantumkan tapi mau tidak mau saya tetap mengambilnya, alasannya yah karena sibuk kuliah dan prosesnya yang lumayan panjang dan tidak mau ribet saja.<sup>181</sup>

Hal ini membuktikan bahwa *Shopee* telah memberikan upaya perlindungan dan kepuasan terhadap konsumen dengan memberikan kebijakan tersebut, namun tingkat kepuasan konsumen terhadap kebijakan tersebut masih kurang. Sama halnya dengan tanggapan salah satu pelanggan ketika ditanya mengenai mekanisme pengembalian barang yaitu:

Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Gilang Rahmadi (Narasumber Konsumen *Marketplace Shopee*) Mengenai Sistem Pengembalian barang atau akun ialah :

---

<sup>181</sup> Wawancara dengan Phandu, tanggal 9 Juni 2022, 10.15 WIB, Di Kusiner Online.

Menurut saya sistem pengembalian *Shopee* sangat merugikan customer karena customer yang harus menanggung biaya tambahan sedangkan yang melakukan kesalahan adalah pihak kedua yaitu produsen<sup>182</sup>.

Tingkat kepuasan pelanggan memang akan berbeda mengenai suatu pelayanan, terkadang ada pelanggan yang sudah merasa puas dengan pelayanan tersebut dan ada pula pelanggan yang merasa bahwa pelayanannya sudah cukup baik. Berdasarkan ketentuan layanan dalam pengembalian barang yang tertera pada aplikasi *Shopee* yaitu:

Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Yogi Pratama (Narasumber Konsumen *Marketplace Shopee*) Mengenai Tingkat kepuasan pelanggan ialah :

Kesalahan yang tidak terduga dari sisi Seller yaitu Akun tidak sesuai Spesifikasi, lama pengiriman atau salah dikirimkan kepada pembeli. Penjual dan pembeli akan menanggung biaya pengiriman akun tergantung dari kesepakatan antara penjual dan pembeli, apabila penjual dan pembeli mempersengkatakan siapa pihak yang akan bertanggung jawab terhadap biaya pengiriman barang maka pihak *Shopee* sendiri dengan kebijakannya akan menentukan pihak yang harus menanggung biaya penanganan.<sup>183</sup>

Berdasarkan ketentuan tersebut, *Shopee* sebagai media perantara antara penjual dan pembeli sepenuhnya telah mengusahakan agar supaya kepuasan dan perlindungan konsumen yang masih menjadi permasalahan masyarakat dalam melakukan jual beli

---

<sup>182</sup> Wawancara dengan Gilang Rahmadi, tanggal 12 Juni 2022, 09.15 WIB, Di Kusisioner Online.

<sup>183</sup> Wawancara dengan Yogi Pratama, tanggal 12 Juni 2022, 09.47 WIB, Di Kusisioner Online

online dapat terealisasi secara nyata. Dengan memanfaatkan seperangkat prosedur dan pelayanan.

Mengenai pengembalian dana atas pengembalian barang pihak *Shopee* pun memiliki kebijakan terkait hal tersebut yaitu:

Uang pembeli hanya akan dikembalikan setelah *Shopee* menerima konfirmasi dari penjual bahwa barang yang dikembalikan telah sampai kepada penjual. Apabila tidak mendapatkan konfirmasi tersebut dari penjual dalam jangka waktu yang telah ditentukan maka *Shopee* memiliki kebebasan untuk mengembalikan jumlah yang sesuai kepada pembeli tanpa ada pemberitahuan lebih lanjut kepada penjual. Dana akan dikembalikan ke kartu kredit atau akun *Shopee Pay* yang sesuai dengan informasi dari pembeli.

Hak penjual dan pembeli telah diupayakan *Shopee* agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Masing-masing penjual dan pembeli memiliki hak yang menjadi tanggung jawab *Shopee*. Pengembalian dana sesuai dengan harga barang yang dibeli menjadi hak konsumen untuk dikembalikan dan pengembalian barang menjadi hak penjual. Sebelum ada pengembalian barang atau terjadi masalah dalam transaksi jual beli di *Shopee* antara pihak penjual dan pembeli harus berkomunikasi:

*Shopee* mendorong pengguna untuk melakukan komunikasi satu sama lain jika timbul masalah dalam suatu transaksi. Hal tersebut dikarenakan *shopee* hanyalah platform tempat pengguna melakukan perdagangan atau hanya sebagai media tempat pertemuan penjual dan pembeli secara online. Pembeli harus menghubungi penjual

secara langsung melalui aplikasi *Mobile Shopee* untuk setiap masalah yang berkaitan dengan barang yang dibeli.

Dari kebijakan tersebut, dapat diketahui bahwa ketika ada permasalahan yang terjadi antara pembeli dan penjual, sebelum melaporkan kepada pihak *Shopee* sebelumnya, kedua pihak yang terlibat dalam jual beli harus melakukan komunikasi untuk melakukan menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Ketika tidak ditemukan solusi permasalahan maka pihak *Shopee* yang secara langsung yang akan menangani masalah yang terjadi.

Jika diklasifikasikan berdasarkan bentuknya dan jenis kerugian yang berulang dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Wanprestasi atau cidera janji, di mana dalam hal ini terdapat ketidaksesuaian antara barang yang ada di deskripsi ataupun iklan yang dimuat dengan barang yang diterima oleh konsumen.
- 2) Pembatalan sepihak, dalam hal ini pesanan konsumen dibatalkan sepihak oleh penjual maupun *Marketplace* akibat terjadinya kesalahan program ataupun memang sengaja dilakukan oleh pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumen.
- 3) Pengaduan cukup sulit serta membutuhkan waktu yang cukup lama, konsumen yang memiliki masalah dengan akun, pengiriman, pengembalian barang (*refund*) dan/atau dana, mendapat ketidakjelasan dari pihak *Shopee* sebagai penyedia jasa layanan jika melakukan pelaporan atas pengaduan yang dilakukan.



4) Pembobolan akun *Shopee*, penipuan, penggelapan. Permasalahan ini seringkali karena keteledoran dari pengguna atau konsumen namun tidak menutup kemungkinan karena memang adanya penyalahgunaan yang dilakukan oleh pihak lain untuk memanfaatkan data-data kartu kredit atau bank pemilik akun *Shopee* untuk disalahgunakan, seperti membeli barang dengan dana pemilik asli untuk kepentingan lain.

Pada dasarnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu (Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan sebagainya) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi/isi perjanjian antara konsumen dan produsen, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.<sup>184</sup>

Diantara kedua bentuk perlindungan hukum di atas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan (Regulasi) merupakan instrumen/sarana yang paling efektif digunakan, mengingat ketentuan peraturan perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat sebuah perjanjian, meskipun perjanjian tersebut nantinya dapat menjadi Undang-Undang bagi keduanya.

---

<sup>184</sup> Elisatris Gultom. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Media Electronic Commerce*, Jakarta: Ellips Media, 2009, hlm. 61.

Melihat beberapa kerugian-kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi yang mereka lakukan di *Shopee* yang dikemukakan di atas, jika kita kaitkan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang terdapat di dalam UUPK mengenai hak yang harus diperoleh oleh konsumen mencakup beberapa hal, yaitu :

1. Hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Terjadinya wanprestasi, salah satunya karena hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas suatu barang seringkali dilalaikan oleh pelaku usaha dalam deskripsi barang yang mereka jual. Sangat penting kiranya bagi pelaku usaha untuk mencantumkan dalam deskripsi penjualan yang mereka lakukan mengenai informasi dan kejelasan atas suatu barang. Karena, tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat menjadi salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat informasi yang tidak memadai.

Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.

Sebagai pengguna dan pemakai barang dan/atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Salah satunya yakni pengetahuan tentang hak-hak dari konsumen, di mana hal ini bertujuan agar konsumen

menjadi kritis dan mandiri serta mampu memilih dengan bijak dan benar atas apa yang menjadi pilihannya.

## 2. Hak Konsumen Untuk Menuntut Penggantian Kerugian

Penggantian kerugian atas barang dan/atau jasa, kaitannya dalam perlindungan kepada konsumen, yang dalam hal ini mengalami kerugian akibat barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, maka pihak penjual ataupun *Marketplace* wajib untuk memberikan penggantian/pengembalian atas produk, dan bertanggung jawab memberikan ganti rugi atau kerusakan sesuai dengan yang telah diatur di dalam Pasal 19 UUPK.

Hak atas kerugian yang dalam hal ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materiil, maupun kerugian yang menyangkut diri diri konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (di luar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.

## 3. Hak Konsumen untuk Mengadukan Permasalahan

Pengaduan permasalahan yang berkaitan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen sebenarnya ada di dalam Pasal 4 UUPK yang

mengatur mengenai hak-hak dari konsumen salah satunya hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa secara patut. Hak ini tentu saja dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan produk, dengan melalui jalur litigasi maupun non litigasi.

Apabila dalam hal transaksi, konsumen yang merasa hak-haknya telah dilanggar perlu sebenarnya untuk mengadukannya kepada lembaga yang berwenang. Selain itu, konsumen juga bisa meminta bantuan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) terlebih dahulu untuk meminta bantuan hukum atau bisa langsung menyelesaikan masalahnya ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dan adapula Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang merupakan salah satu LPKSM untuk membantu konsumen agar hak-haknya dapat terlindungi.

#### 4. Menyelesaikan Sengketa Konsumen

Penyelesaian sengketa konsumen yang diatur di dalam UUPK maupun UU ITE sebenarnya sudah mengatur akan hal itu, pemilihan penyelesaian sengketa baik di pengadilan maupun diluar pengadilan merupakan hak dari konsumen untuk memilihnya, dasar adanya pemilihan dalam penyelesaian sengketa konsumen ialah Pasal 45 ayat 1 UUPK, di mana disebutkan bahwa: “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui

lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

Pemberian kebebasan dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen baik menggunakan jalur litigasi maupun non litigasi merupakan pilihan dari konsumen agar tercapainya hak mereka. Tentunya pemilihan lembaga mana yang akan menjadi pilihan konsumen adalah yang mereka anggap menguntungkan bagi dirinya.

Selain itu bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi *E-Commerce* jual beli online dengan lahirnya UU ITE dapat dibagi menjadi 4 (empat), yaitu :

- 1) Adanya pengawasan terhadap pelaku usaha, meliputi kejelasan identitas, serta harus mempunyai izin resmi dari pejabat yang berwenang. Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008.
- 2) Perlindungan terhadap data pribadi konsumen agar tidak disalahgunakan, karena pihak konsumen seringkali sebelum mulai melakukan transaksi diharuskan untuk memberikan informasi mengenai identitas diri secara lengkap. Pasal 26 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008.
- 3) Pemberian informasi yang jelas dan benar mengenai produk (barang dan/atau jasa), hal ini merupakan hak konsumen yang diakomodasi oleh Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008.
- 4) Pemberian informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal yang berkenaan dengan transaksi.

Hak konsumen yang terakhir yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.<sup>185</sup> *Shopee* telah memberikan kebijakan pengembalian dana jika sesuai dengan syarat yang telah ditentukan. Akan tetapi terdapat permasalahan yang muncul terhadap kebijakan pengembalian dana tersebut, yaitu:

Saya pernah bermasalah dengan customer service *shopee*, waktu itu saya melakukan pembayaran transfer dicek otomatis. Setelah di transfer *shopee* melakukan pembatalan transaksi dengan alasan bahwa belum melakukan pembayaran. Lalu saya complain, banyak sekali prosedur yang harus diikuti termasuk menginput rekening koran setelah saya menginput semuanya sampai dua bulan uang saya belum di refund, bahwa sampai sekarang tidak ada kejelasan<sup>186</sup>.

Secara keseluruhan hak konsumen *Shopee* telah mengupayakan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen sebagaimana yang diatur dalam UUPK, akan tetapi masih terdapat beberapa permasalahan yang muncul terkait dengan pembelian pada *Shopee* misalnya, ketidaksesuaian barang yang diterima pelanggan berdasarkan hasil wawancara hampir konsumen *Shopee* pernah mengalami hal tersebut. Akan tetapi, masih banyak konsumen yang memilih tidak mengembalikan dikarenakan prosesnya yang rumit, dan adapula yang menganggap tidak penting

---

<sup>185</sup> Republik Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, Pasal 4

<sup>186</sup> Wawancara dengan Vina Yulian, tanggal 15 Juni 2022, 15.03 WIB, Di Kusiner Online

untuk dikembalikan jika hanya perbedaan warna jika kualitasnya masih sama dengan yang dijanjikan.

## **B. Tanggung Jawab *Shopee* Terkait Memenuhi Hak Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends.**

Ketentuan perlindungan bagi konsumen terhadap segala jenis kerugian yang disebabkan oleh penjual dalam transaksi elektronik jual beli *Online* yang dilakukan melalui situs *Shopee*, memberikan ruang sendiri bagi perusahaan *Shopee* sebagai *Marketplace* untuk memberikan perlindungan kepada konsumen guna menumbuhkan dan memberikan keamanan dan kenyamanan bagi penggunanya dalam berbelanja.

Kaitannya dengan transaksi yang dilakukan oleh pengguna dalam hal ini konsumen, apabila konsumen mengalami kerugian maka pihak perusahaan dalam hal ini pun harus ikut serta dalam rangka pertanggung jawaban terhadap konsumen. Ketentuan ini mengacu pada Pasal 18 ayat 1 UU ITE yang berbunyi “Transaksi elektronik yang dituangkan kedalam kontrak elektronik mengikat para pihak”.

Berkaitan dengan hal itu, pihak yang dimaksud dalam hal ini ialah pihak yang melakukan perjanjian dan pihak-pihak yang menyetujui isi dari perjanjian tersebut. Lantas siapa yang seharusnya ada dan turut serta harus patuh dan tunduk terhadap transaksi elektronik yang dituangkan kedalam kontrak elektronik, yakni pembeli (*Buyer*), penjual (*Seller*), dan *Website Online*.

### **a) Pertanggung Jawaban *Shopee* Sebagai *Marketplace***

Pertanggung jawaban kaitannya dengan transaksi yang dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian tidak berupa penggantian barang secara fisik atau penggantian secara langsung barang yang mereka beli, namun pertanggung jawaban dalam hal ini mencakup :

- 1) Memberikan pengawasan terhadap semua jenis transaksi yang dilakukan oleh pengguna dalam hal ini dengan pihak yang melakukan transaksi jual beli *online* melalui *Shopee*. Pihak-pihak yang dimaksud dalam transaksi serta melakukan perjanjian dan menyetujui isi dari perjanjian ialah penjual dan pembeli.
- 2) Tanggung jawab untuk melakukan seleksi penjual yang hendak membuka tokonya di *Marketplace*. Dalam hal ini *Shopee* menghendaki setiap calon Penjual untuk melakukan pengisian formulir pendaftaran dengan sebenar-benarnya, dan didukung dengan mengupload foto KTP sebagai bukti bahwa calon Penjual tersebut merupakan individu sungguhan dan bukan Penjual “fiktif”.
- 3) Sebagai *Regulator* yang mengatur proses transaksi tersebut berjalan dengan baik, serta *Regulator* yang mengimplementasikan variasi tindakan keamanan untuk menjaga keselamatan data pribadi para pihak. Misalnya regulasi dalam menyampaikan transaksi yang terindikasi merugikan salah satu pihak atau wanprestasi. Langkah yang kemudian harus dibuktikan apabila terjadi wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum, dalam transaksi jual beli



*Online* yang mengakibatkan kerugian terhadap para pihak ialah adanya aduan atau laporan dari konsumen maupun pelaku usaha yang menjadikan dasar bagi *Shopee* untuk melakukan jaminan perlindungan terhadap hak dan kewajiban mereka.

- 4) Penahanan terhadap dana dan pengembalian dana. Adanya penahanan terhadap dana ataupun penahanan uang dalam transaksi jual beli online, di mana tidak langsung diteruskan kepada penjual, dimaksudkan dalam hal ini ialah menjamin akan transaksi yang dilakukan untuk menghindari para pelaku usaha yang melanggar atau mengabaikan hak konsumen. Dalam hal penjual tidak mengirimkan barangnya dalam jangka waktu yang ditentukan. Sesuai ketentuan prosedural transaksi melalui *Shopee*, sistem dalam *Shopee* akan secara otomatis menahan pembayaran yang telah dilakukan pembeli ke dalam rekening resmi *Shopee* (rekening ketiga) dan akan mengembalikan dana tersebut ke dalam *ShopeePay* milik Pembeli, atau dapat langsung dikembalikan ke rekening bank milik Pembeli yang akan diproses secara langsung dalam jangka waktu 24 jam. Apabila dalam hal ini Pembeli melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, maka Pihak *Shopee* akan mengembalikan dana transaksi ke limit kartu kredit di tagihan berikutnya. *Shopee* juga akan melakukan tindakan terhadap penjual yang memiliki reputasi tidak baik, dan akan

melakukan pemblokiran akun Penjual apabila secara berkali-kali terbukti melakukan tindakan yang hendak merugikan konsumen. Terlepas dari perlindungan yang diberikan oleh *Shopee* Adanya penahanan uang dalam transaksi *online*, di mana jika kita samakan transaksi *online* dengan akad salam atau jual beli pesanan (inden) yang ada di dalam hukum Islam, menurut sebagian ulama sebenarnya ada yang memperbolehkan ada juga yang tidak. Sebagian ulama yang memperbolehkan ialah seperti Imam Malik, di mana beliau membolehkan pembayarannya ditunda sehari atau dua hari, dengan alasan jika sebagai penengah yang memberikan Garansi demi menghindari terjadinya penipuan, maka hukum menunda pembayaran dalam akad salam di perbolehkan demi kebaikan pembeli dan penjual. Namun ada syarat terkait barang yang menjadi objek dalam transaksi yakni barang yang dijual belikan dengan cara seperti ini harus dapat ditentukan dengan salah satu ukuran (takaran atau ukuran). Namun, bagi mereka ulama yang melarang adanya penahanan pembayaran dalam transaksi *online* beralasan bahwa pada dasarnya praktik jual beli *online* dalam *Marketplace Shopee* yang sering dilakukan tergolong dalam akad pemesanan atau Salam, mengingat transaksi terjadi dengan cara pembayaran di muka dan pengiriman barang dikemudian hari. Hal ini kurang sesuai jika adanya masa penahanan pembayaran yang

dilakukan, mengingat syarat yang ada di dalam akad salam sebenarnya sama sebagaimana syarat dalam jual beli lainnya, yang membedakan di sini hanya dalam penyerahan barang yang dibeli. Dalam hal penyerahan modal pokok atau pembayaran yakni sama, saat terjadinya akad dengan tujuan dengan pembayaran di muka yaitu untuk memenuhi kebutuhan modal penjual. Menyikapi perbedaan di atas, tujuan adanya penahanan terhadap uang yang telah dibayarkan oleh konsumen yang dilakukan oleh *Shopee* adalah untuk memberikan jaminan dan rasa aman kepada seluruh masyarakat. Agar dalam transaksi tersebut mereka tidak merasa dirugikan dan itulah salah satu perlindungan *Shopee* terhadap produk ataupun barang yang dibeli oleh konsumen, ini merupakan salah satu perlindungan dalam hal pengawasan yang dilakukan oleh pihak *Shopee* untuk menjamin kualitas dan mutu terhadap barang yang mereka jual. Sekaligus memberikan rasa aman bagi konsumen dalam berbelanja.

- 5) Sarana atau media pelaporan. Jaminan perlindungan yang diberikan kepada pelaku usaha maupun pembeli, baik berupa penggantian barang atau pengembalian uang yang dilakukan oleh pihak *Shopee* tentu berangkat dari adanya laporan yang disampaikan oleh para pihak melalui fasilitas aduan 24 (dua puluh empat) jam berlaku Senin-Minggu dan libur nasional yang tersedia di *Shopee* melalui

*Customer Care Shopee* di nomor 1500702 atau melalui email support@shopee.co.id. Apabila dalam sebuah pelanggaran transaksi baik pelaku usaha ataupun konsumen (pembeli) tidak melaporkan hal tersebut, secara otomatis pihak *Shopee* tidak akan secara serta merta melakukan tindakan apapun diluar permintaan dari para pihak.

- 6) Permohonan pembatalan barang dan dana. Dalam hal permohonan pembatalan barang atau dana, *Shopee* akan memberikan pertanggung jawabannya dengan meninjau setiap permohonan Pembeli kasus per kasus dan, atas kebijakannya sendiri, menentukan apakah permohonan pembeli berhasil atau tidak. Ketentuan atau syarat yang berkaitan dengan pengembalian produk atau permohonan untuk pembatalan barang dan/atau pengembalian dana, yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli, hanya boleh mengajukan permohonan pembatalan barang dan/atau pengembalian dana dalam situasi: Barang belum diterima oleh pembeli, Barang tersebut cacat dan/atau rusak saat diterima, Penjual telah mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang disepakati (misalnya salah ukuran, warna, dsb.) kepada pembeli, Barang yang dikirimkan kepada pembeli secara material berbeda dari deskripsi yang diberikan oleh penjual dalam daftar barang; atau melalui kesepakatan pribadi dengan penjual dan

penjual harus mengirimkan konfirmasi kepada *Shopee* mengenai kesepakatan tersebut.<sup>187</sup>

7) Memberikan pilihan hukum terhadap penyelesaian kasus antara penjual dan pembeli. Terhadap penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. *Shopee* memberikan pilihan penyelesaian kasus yang mereka hadapi. Pilihan penyelesaian kasus melalui jalur non litigasi maupun litigasi, dalam hal pembeli telah memulai tindakan hukum terhadap penjual, maka kewenangan sepenuhnya kembali kepada konsumen untuk mencabut atau meneruskan. Dan dalam hal ini pembeli dapat memberikan pemberitahuan formal dari pihak yang berwenang kepada *Shopee* untuk meminta *Shopee* memberikan data ataupun hal lain yang berkaitan dengan kasus yang mereka hadapi. Dan atas kebijakannya sendiri yang mutlak, *Shopee* akan menetapkan apakah perlu untuk memberikan data tersebut.

8) Pemblokiran terhadap akun yang terbukti melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Sebagai bentuk tanggung jawab *Shopee*, pemblokiran terhadap akun memungkinkan akan dilakukan oleh *Shopee*. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa barang yang mereka ajukan mematuhi semua Undang-Undang dan diizinkan

---

<sup>187</sup> <https://shopee.co.id/docs/3613>, Diakses Pada 7 Juli 2022, 15.30 WIB

untuk didaftarkan untuk dijual sesuai dengan ketentuan dan kebijakan.

9) Sebagai pusat resolusi. *Shopee* menyediakan sarana konsumen untuk melakukan tuntutan kepada penjual akan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian. *Shopee* akan bertindak sebagai fasilitator melalui pencarian solusi, dan pengambilan keputusan akan laporan yang disampaikan oleh konsumen, baik itu wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum yang terjadi. Dalam praktiknya, tujuan adanya pusat resolusi ini ialah memberikan titik temu anatar pokok permasalahan yang terjadi antara penjual dan pembeli. Di mana nantinya para pihak baik penjual dan pembeli diharapkan saling mencantumkan atau melengkapi bukti-bukti transaksi berupa foto barang, nota pembelian, slip resi pengiriman, dan bukti bukti penunjang lainnya yang dikeluarkan oleh masing-masing pihak. *Shopee* kemudian memiliki tanggung jawab untuk menjadi penengah akan permasalahan tersebut.

10) Perlindungan terhadap penyalahgunaan data yang digunakan oleh pihak lain. Dalam hal ini *Shopee* sebagai *Marketplace* memberikan perlindungan baik terhadap data-data pribadi penjual atau pelaku usaha maupun konsumena sejak saat mendaftarkan diri sebagai konsumen ataupun pelaku usaha. *Shopee* menghendaki setiap konsumennya untuk mengisi data-data diri yang selengkap-

lengkap dan valid. Begitu juga halnya, ketika konsumen melakukan transaksi pembayaran melalui kartu kredit, maka *Shopee* akan meminta konsumen tersebut untuk memasukkan data kartu kredit tersebut dengan selengkap-lengkap. Hal yang samapun dilakukan *shopee* terhadap calon penjual yang akan mendaftarkan diri. Atas dasar hal tersebut, maka Pihak *Shopee* memiliki tanggung jawab untuk melindungi data-data konsumen dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang ingin melakukan pencurian akan data-data tersebut melalui peretasan akun. Dalam proses pemberian jaminan akan data-data pembayaran yang aman, yang dilakukan konsumen untuk menghindari data konsumen dari pihak yang tidak bertanggung jawab *Shopee* menyediakan fitur “3D Secure” untuk melindungi konsumen yang melakukan pembayaran dengan kartu kredit. Fitur 3D *Secure* ini merupakan bentuk kerjasama antara *Shopee* dengan pihak penyedia kartu kredit (seperti visa, mastercard, dan paypal) untuk melindungi data-data kartu kredit konsumen agar tidak disalah gunakan oleh pihak lain atau orang yang tidak bertanggung jawab.

#### **b) Pertanggung Jawaban *Shopee* Sebagai Pelaku Usaha**

Pertanggung jawaban dalam hal terjadinya wanprestasi atau cedera janji, tanggung jawab dalam perlindungan konsumen yang ditangguhkan kepada

*Shopee* sebagai pelaku usaha dalam hal terjadinya wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum yang berakibat merugikan konsumen.

- 1) Secara garis besar *shopee* hanya akan memberikan tanggung jawabnya apabila memang kerugian tersebut disebabkan oleh *Shopee* atau perusahaan. Dalam ketentuan umum yang disampaikan oleh *shopee* dalam syarat layanan sebagai salah satu pedoman yang dituangkan dalam beberapa aturan terdapat dalam ketentuan yang menyebutkan bahwa : “Kontrak penjualan yang sebenarnya adalah secara langsung antara Pembeli dan Penjual, *Shopee* bukan merupakan pihak di dalamnya atau setiap kontrak lainnya antara Pembeli dan Penjual serta tidak bertanggung jawab sehubungan dengan kontrak tersebut. Para Pihak dalam transaksi tersebut akan sepenuhnya bertanggung jawab untuk kontrak penjualan antara mereka, daftar barang, garansi pembelian dan sebagainya. *Shopee* tidak terlibat dalam transaksi antara Pengguna (penjual, pembeli maupun pihak lain).”
- 2) Pertanggung jawaban terhadap kerugian. Pemberian ganti kerugian yang disebabkan dalam transaksi, baik berupa wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum, hanya akan mengikat para pihak (Penjual dan pembeli) yang melakukan transaksi. Kerugian akan ditanggung kepada pihak yang memang sengaja ataupun dalam hal ini lalai, sehingga menyebabkan orang lain mengalami kerugian. Selain itu, kewajiban untuk menanggung semua kerugian yang dialami oleh pihak



yang dirugikan. Jika terjadi permasalahan seperti ini, pertanggung jawaban *Shopee* sebagai *Marketplace* dalam transaksi yang dilakukan ialah hanya terbatas sebagai pengawas. Karena jika dalam kerugian sebuah transaksi yang disebabkan oleh penjual/pembeli yang mengakibatkan kerugian dalam transaksi dan harus ditanggung perusahaan maka jelas ini menyalahi asas kebebasan berkontrak (*Freedom Of Contract*) yang terdapat dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPer. Namun, apabila kerugian dalam transaksi yang dialami baik oleh konsumen maupun pelaku usaha yang disebabkan oleh kesalahan dari perusahaan, misalnya: kesalahan penransferan uang hasil penjualan, yang masuk dua kali, sedangkan barang yang terjual hanya satu. Itu memang kesalahan yang disebabkan oleh perusahaan dan perusahaan dalam hal ini patut untuk menyelesaikan semua kerugian atau menarik hasil penjualan yang sudah dikirimkan baik kepada penjual ataupun pembeli, mengingat kesalahan yang dilakukan karena faktor kesalahan murni oleh perusahaan.

- 3) Penyedia garansi, apabila dalam sebuah transaksi barang sudah sampai ditangan konsumen atau dalam bahasa *Shopee* disebut sebagai “Pesanan selesai”. Maka ada 3 hari masa garansi yang diberikan oleh *shopee* kepada konsumennya terhadap barang yang ia pesan. Masa garansi yang diberikan oleh *Shopee* terhitung sejak barang diterima. Dalam masa 3 hari itu konsumen diberikan kesempatan, apakah

konsumen akan mengembalikan barang yang ia pesan atau alasan lain yang dapat merugikan konsumen. Pemberian garansi terhadap semua pesanan yang dilakukan oleh *Shopee* ialah bertujuan untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan, yang nantinya akan berdampak terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen ataupun pelaku usaha serta *Shopee* sendiri dalam hal ini. Tentunya dengan adanya garansi ini pula, *Shopee* secara tidak langsung memberikan ruang terhadap pemberian jaminan atau garansi akan hak konsumen yang ada di dalam pasal 4 huruf f UUPK. Berkaitan dengan garansi yang diberikan, apabila barang memang sudah sesuai dengan deskripsi dan sesuai dengan apa yang konsumen pesan, maka pihak *Shopee* akan meneruskan uang pembayaran yang ditahan direkening *Shopee* kepada penjual (produsen). Namun apabila barang tidak sesuai deskripsi atau cacat atau hal lain yang mengakibatkan konsumen ingin mengembalikan barang tersebut, maka waktu 3 hari itulah yang kemudian harus konsumen maksimalkan untuk mengajukan pengembalian.

- 4) Pengembalian barang yang sudah dibeli (*Refund*). Boleh dilakukan pengembalian barang yang sudah dibeli, apabila dalam hal ini memang tidak sesuai dengan perjanjian diawal, di mana spesifikasi seperti merek, bentuk, warna, model, atau kondisi-kondisi lain perihal barang tidak sesuai dengan informasi yang diterima saat berbelanja *Online*,

dapat dilakukan pengembaliaanya selagi masa garansi yang diberikan oleh *Shopee* belum terlampaui. Ketentuan mengenai adanya *Refund*.

Pertanggung jawaban *Shopee* sebagai *Marketplace* kaitannya dalam hal pemberian perlindungan terhadap konsumen, menurut penulis sudah bisa dikatakan mampu memenuhi hak yang patut diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian. Meskipun tanggung jawab *Marketplace* terhadap konsumen maupun pelaku usaha dalam jual beli melalui internet atau *E-Commerce* memang secara spesifik belum diatur, baik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Namun, dasar pertanggung jawaban yang diatur dalam Bab VI UUPK Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, yang dijadikan *Shopee* sebagai ketentuan yang mengikat bagi mereka yang dikatakan sebagai pelaku usaha, dan dipetegas dengan Pasal 26 UUPK menyatakan :

“Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan”.

Misalnya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen kita hanya akan menemukan aturan yang mengatur jual beli secara konvensional tradisional, di mana transaksi yang menemukan antara penjual dan pembeli secara langsung, sedangkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang transaksi elektronik pada umumnya yang tidak ada

penyebutan secara khusus untuk jual beli *online* atau *E-Commerce* maupun *Marketplace*.

Kelemahan inilah yang menjadi salah satu faktor yang mempersulit seberapa jauh kemudian *Marketplace* harus ikut serta menjamin kerugian terhadap konsumen dalam menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha dalam jual beli *online* jika terjadi kerugian bagi konsumen yang disebabkan oleh pelaku usaha.

Sebenarnya jika kita mengacu pada prinsip perjanjian secara umum, perusahaan penyedia layanan, pelaku usaha tidak bisa lari dan mengabaikan tanggung jawabnya sebagai orang yang menjual atau menyediakan barang/jasa. Sesuai dengan kajian dari penulis, tanggung jawab perusahaan dan pelaku usaha terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* secara spesifik melingkupi pertanggungjawaban kontraktual dan pertanggungjawaban produk.

Pertanggungjawaban kontraktual *Contractual Liability* adalah tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari perusahaan dan pelaku usaha (baik barang/jasa) terhadap kerugian yang dialami konsumen. Di mana dalam *Contractual Liability* terdapat suatu perjanjian atau kontrak (hubungan langsung) antara perusahaan dengan pelaku usaha, dan pelaku usaha dengan konsumen.

Pasal 1320 KUHPerdata menyebutkan ada 4(empat) syarat sahnya suatu perjanjian yaitu; Kata sepakat antara para pihak yang membuat perjanjian;

Kecakapan untuk melakukan tindakan hukum; Hal tertentu; Sebab yang halal (legal).

Syarat ke-1 dan ke-2 disebut sebagai syarat subjektif yang apabila tidak terpenuhi maka salah salah pihak dapat meminta pembatalan perjanjian yang telah dibuat. Syarat ke-3 dan ke-4 disebut syarat objektif yang apabila tidak terpenuhi berakibat perjanjian tersebut batal demi hukum.

Selain itu, identifikasi penjual dan juga pembeli adalah faktor esensial dalam menentukan tanggung jawab kontraktual (*Contractual Liability*) yang muncul akibat perjanjian *online*. Karena dalam transaksi jual beli *online* baik penjual maupun pembeli tidak saling bertemu dan melakukan kontrak perjanjian secara langsung, melainkan mereka hanya dipertemukan lewat media internet.

Keuntungan dari adanya hal ini bagi konsumen ialah tentu penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*Strict Obligation*), yaitu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya, walaupun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian.

Dengan demikian bukanlah Undang-Undang yang menentukan pembayaran ganti rugi dan berapa besarnya ganti rugi apabila dalam transaksi yang mereka lakukan mengalami sebuah kerugian diantara pihak, melainkan kedua belah pihak yang menentukan semuanya dalam perjanjian. Karena apa

yang diperjanjikan tersebut, mengikat sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.



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

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Penulis, maka penulis menarik kesimpulan :

1. Perlindungan hukum yang diberikan *Shopee* sebagai *Marketplace* berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh penjual, baik karena wanprestasi, perbuatan melawan hukum, penipuan pembobolan atau jenis perbuatan lainnya yang disebabkan oleh pelaku usaha, beban pertanggung jawabannya dibebankan kepada pelaku usaha atau pihak lain yang menyebabkan kerugian tersebut. Adapun bentuk perlindungan yang diberikan *Shopee* adalah hanya sebatas pengawasan dan sebagai *Regulator* yang mengatur proses transaksi tersebut berjalan dengan baik, regulator yang mengimplementasikan variasi tindakan keamanan untuk menjaga keselamatan data pribadi para pihak yang ada di *Shopee* atau di bawah kendali *Shopee*.
2. Pertanggung jawaban *Shopee* sebagai *Marketplace* kaitannya dalam hal pemberian perlindungan terhadap konsumen, menurut penulis sudah bisa dikatakan mampu memenuhi hak yang patut diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian. Meskipun tanggung jawab *Marketplace* terhadap konsumen maupun pelaku usaha dalam jual beli melalui internet atau *E-*

*Commerce* memang secara spesifik belum diatur, baik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

## **B. Saran**

Rekomendasi penulis berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan ialah :

1. Konsumen sebagai pihak yang sering dirugikan dalam transaksi elektronik khususnya jual beli *online* seharusnya lebih bisa selektif, teliti dan hati-hati dalam setiap transaksi yang akan dilakukan. Karena dalam hal transaksi *online* resiko yang di timbulkan jauh lebih sangat kompleks, karena transaksi di media ini merupakan pasar bebas yang tidak ada pembatasan geografis.
2. LP2K atau YLKI sebagai lembaga yang turut serta dalam penanganan kerugian yang dialami oleh konsumen, seharusnya bisa lebih aktif lagi untuk terus mensosialisasikan keberadaan mereka. Dalam artian keberadaan lembaga-lembaga yang menangani pembinaan dan perlindungan terhadap konsumen lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas. Selain itu, perlunya ada tim khusus yang menangani permasalahan dalam transaksi elektronik yang menjadi wadah khusus dalam penanganan masalah dalam bidang *E-Commerce*.
3. Adanya sosialisasi ataupun pembinaan terhadap konsumen, baik yang dilakukan oleh pemerintah pusat maupun lembaga-lembaga perlindungan konsumen, demi terciptanya konsumen yang kritis serta teliti dalam memilih



produk kebutuhan yang mereka inginkan guna meminimalisir terjadinya kerugian terhadap konsumen.

4. *Shopee* dipandang perlu melakukan evaluasi terhadap peraturan yang dibuat dan implementasinya agar transaksi dapat berjalan dengan baik. Serta poses pengembalian barang dan dana dipercepat, prosedur yang harus memudahkan konsumen dan adanya kepastian terkait dengan pengembalian dana kepada konsumen.



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

### A. Buku-Buku

- Abdul Atsar & Rani Apriani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Deepublish, Yogyakarta, 2019.
- Abdul Halim Barkatullah. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, 2018.
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011.
- Ahmadi Miru. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013.
- Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, Deepublish, Yogyakarta, 2018.
- Andri Arif Kustiawan & Andy Widhiya Bayu Utomo, *Jangan Suka Game Online Pengaruh Game Online Dan Tindakan Pencegahan*, CV.Ae Media Grafika, Magetan, 2019.
- Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*, Rajawali Pers, Jakarta, 2015.
- Candra Zebeh Aji, *Berburu Rupiah Lewat Game Online*, Yogyakarta Bouna Books, 2012.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2019.
- Dian Mega Erianti Renouw, *Perlindungan Hukum E-Commerce*, Pramuka Grafika, Jakarta, 2017.
- Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Refika Aditama, Bandung, 2005.
- Eko Nugroho, *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*, UB Press, Malang, 2018.
- Elisatris Gultom. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Media Electronic Commerce*, Ellips Media, Jakarta, 2009.
- Garaika Darmanah, *Metodologi Penelitian*, CV Hira Tech, Lampung, 2019.

- Happy Susanto. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008.
- Holilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online*, Duta Media Publishing, Pamekasan, 2020.
- I Ketut Oka Setiawan. *Hukum Perikatan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2016.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- Kurniawan. *Hukum Perlindungan Konsumen*, UB Press, Mataram, 2011.
- M. Ali Hasan. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- M. Hasbi ash Shiddiqy. *Hukum-Hukum Fiqh Islam, cet 1*, Pustaka Rizki Putra, Semarang, 1997.
- M. Suyanto. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi, Yogyakarta, 2003.
- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Rajawali Pers, Jakarta, 2019.
- Mohammad Aldrin Akbar & Sitti Nur Alam, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*, Yayasan Kita Menulis, Kota Medan, 2020.
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram-NTB, 2020.
- Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.
- Ridwan Khairandy. *Perjanjian Jual Beli, Ctk. 1*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016.
- Rischa Pramudia Trisnani & Silva Yula Wardani, *Stop Kecanduan Game Online*, UnipmaPress, Madiun, 2018.
- Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, Andi, Yogyakarta. 2001.
- Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Depok, 2018.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, 2000.

Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, Pustaka Ramadhan, Bandung, 2017.

Sri Redjeki Hartono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung Mandar Maju, 2000.

Suteki & Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum*, RajaGrafindo Persada, Depok, 2020.

Wahbah Az-Zuhaili. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Gema Insani, Jakarta, 2011.

Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2007.

Widi Nugraha Ningsih dan Mira Erlinawati. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*, CV. Pustaka Bengawan, Surakarta, 2017.

#### **B. Jurnal/Skripsi**

Azrha Zhara Bhasira, *Transaksi Jual Beli Item Dalam Game Online Perspektif Hukum Islam Dan Perlindungan Konsumen*, skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2020.

Bagus Hanindyo Mantri. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Law Reform, Februari 2007, Vol. 3, No. 1, hlm. 10.

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

Dahlia, *Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet ( E-Commerce)*, Vol.VIII,No.1, April 2009.

Edmon Makarim. *Kerangka Kebijakan dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Juni 2013, Vol. 43, No. 3, hlm. 302.

- Fandi Ahmad Nuraimy, *Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Transaksi Jual Beli Barang Virtual Item Game Online*, skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.
- Fitriah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial*, Volume 18 No.3 September 2020.
- Habibullah, *Penelitian Secara Daring: Metode Dan Praktik*, Volume XVI/No.1 Januari-Juni 2020.
- Ika Atikah. *Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) di Era Teknologi*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Juni 2018, Vol. 10, No. 2, hlm. 17.
- Indah Puspa Sari, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Beserta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Of Law Vol 2 Issue 1 Agustus 2019.
- Kasmi dan Adi Nurdian Candra. *Penerapan E-commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu*, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara, Vol. 15, No. 2, 2017, hlm. 111.
- Muhammad Luqman Fauzan, *Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legend*, skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2020.
- Muskibah. *Analisis Mengenai Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Jurnal Universitas Jambi, Februari 2010, Vol. 2, No. 4, hlm. 147.
- Retno Prabandari. *Jenis-jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, Jurnal Hukum, Juli 2013, Vol. 7, No. 1, hlm. 43-76.
- Setia Putra. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Juli 2014, Vol. 4, No. 2, 2014, hlm. 295.
- Siti Kurnia Rahayu, *Jurnal Riset Akuntansi*, Volume VIII/No.2, Oktober, 2016.

Sri Arlina, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, UIR Law Review, Volume 2, Nomor 01, April 2018.

Suwari Akhmaddhian & Asri Agustiwi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik DiIndonesia*, Jurnal Unifikasi Vol 3 No.2 Juli 2016.

Yudha Sri Wulandari, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018.

### C. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Pasal 1233 KUHPerduta Tentang Perikatan

Pasal 1266 KUHPerduta Tentang Perikatan-Perikatan Bersyarat

Pasal 1320 KUHPerduta Tentang Syarat-Syarat Yang Diperlukan Untuk Sahnya Suatu Perjanjian

Pasal 1338 KUHPerduta Tentang Akibat Suatu Perjanjian

Pasal 1457 KUHPerduta Tentang Perjanjian Jual Beli

Pasal 1504 KUHPerduta Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pasal 1510 KUHPerduta Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

#### D. Website

<https://pelayananpublik.id/2020/02/02/pengertian-game-online-sejarah-hingga-jenisnya/>, di akses pada tanggal 18 Januari 2022 Pukul 17.49 WIB.

<https://www.jawapos.com/nasional/hukum-kriminal/08/03/2018/gara-gara-mobile-legends-pemuda-ini-kena-tipu-rp-5-juta/>, diakses pada tanggal 18 Januari 2022 Pukul 19.50 WIB.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Akun>, di akses pada tanggal 27 Januari 2022 Pukul 16.46 WIB.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_Legends:\\_Bang\\_Bang](https://id.wikipedia.org/wiki/Mobile_Legends:_Bang_Bang), di akses pada tanggal 27 Januari 2022 Pukul 17.00 WIB.

<https://widuri.raharja.info/index.php?title=Responden>, di akses pada tanggal 31 Januari 2022 pukul 19.39 WIB.

<https://www.asuransibintang.com/id/artikel/14/definisi-b2b-dan-b2c-yang-wajib-anda-ketahui#:~:text=B2C%20atau%20Business%20to%20Customer,contohnya%2C%20Anda%20memiliki%20bisnis%20makanan>, diakses pada tanggal 17 Maret 2022 Pukul 13.45 WIB.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>, diakses pada tanggal 17 Maret 2022 pukul 14.53 WIB.

<https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>, diakses pada tanggal 17 Maret 2022 pukul 16.37 WIB.

<https://kumparan.com/info-sport/apa-itu-mobile-legends-ini-cara-memainkannya-1w6HO5wK6gh/1>, diakses pada tanggal 17 Maret 2022 pukul 16.48 WIB.

Fakhriyan Ardyanto, Konsumen Adalah Bagian Penting Dalam Kegiatan Ekonomi, diakses dari <https://m.liputan6.com>, pada tanggal 10 Juli 2022, pukul 22. 00 WIB.

<http://eprints.walisongo.ac.id/6833/3/BAB%20II.pdf>, Diakses pada tanggal 09 Juli 2022, pukul 09.32 WIB.

<https://fh.unair.ac.id>, diakses pada tanggal 7 Juli 2022, pukul 19. 29 WIB.

<https://shopee.co.id/> diakses pada tanggal 7 Juli 2022, pukul 22.10 WIB.

<https://shopee.co.id/docs/3613>, diakses pada tanggal 7 Juli 2022, pukul 15.30

WIB

<https://fahmifebi.com/loading-awal-game-mobile-legend/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.22 WIB

<https://dailyspin.id/esports/mobile-legends/bocoran-tampilan-lobby-mobile-legends-terbaru-2021-jadi-hd-parah/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.25 WIB

<https://m.mobilelegends.com/en/rank>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.32 WIB

<https://mobile-legends.fandom.com/wiki/Ranked>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.39 WIB

<https://kumparan.com/info-sport/apa-itu-mobile-legends-ini-cara-memainkannya-1w6HO5wK6gh/4>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022, pukul 14.42 WIB