

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL
BELI *ONLINE* DI PT. *SHOPEE* INTERNASIONAL
INDONESIA**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata satu (S1)
Sarjana Hukum (SH)**



Oleh :

NURLAENI FAIZAL

NIM. 1502056013

**JURUSAN ILMU HUKUM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

DEKLARASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nurlaeni Faizal

NIM : 1502056013

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* di PT.*Shopee* Internasional Indonesia”, adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari diketahui adanya plagiasi, maka saya siap untuk mempertanggungjawabkan secara hukum.

Semarang, 16 Oktober 2019



Nurlaeni Faizal
NIM: 1502056013



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof Hamka KM 2 Ngaliyan Semarang 50185

PENGESAHAN

Dengan ini mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Nurlaeni Faizal

NIM : 1502056013

Jurusan : Ilmu Hukum

Judul Skripsi : **Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli
Online Di PT. Shopee Internasional Indonesia**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang pada 22 Oktober 2019, dan dinyatakan LULUS dan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum.

Semarang, 23 Oktober 2019

Ketua Sidang,

Maria Anna Muryani, S.H., M.H.

NIP. 19620601 199303 2 001

Sekretaris Sidang,

Drs. H/ Abu Hapsin, M.A., Ph.D

NIP. 19590606 198903 1 002

Penguji I,

Hj. Nur Hidayani Setyani, S.H., M.H.

NIP. 19670320 199303 2 001



Penguji II,

Novita Dewi Masvithoh, S.H., M.H.

NIP. 19791022 200701 2 011

Pembimbing I,

Drs. H. Abu Hapsin, M.A., Ph.D

NIP. 19590606 198903 1 002

Pembimbing II,

Dr. H. Ja'far Bachaqi, S.Ag., M.H.

NIP. 19730821 200003 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Semarang Telp.(024)
7601291 Fax.7624691 Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
a.n. Sdr. Nurlaeni Faizal

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah dan
Hukum
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Nurlaeni Faizal
NIM : 1502056013
Jurusan : Ilmu Hukum
Judul : **Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce di PT. Shopee Internasional Indonesia**

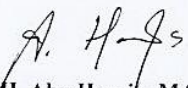
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

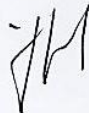
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 16 Oktober 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Abu Hapsih, MA., Ph.D
NIP. 19590606 198903 1 002


Dr. H. Dja'far Bachaqi, S.Ag., MH
NIP. 19730821 200003 1 002

MOTTO

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِثْمٍ...

“Dan Janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil....”.(Q.S.2[al-Baqarah]:188).¹

¹ Tim penyelenggara penterjemah al-Qur'an, al-Qur'qn dan Terjemahan. Medina:Mujamma' al- Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al_Syarif, 1418 H, h. penterjemah al-Qur'an, al-Qur'an dan Terjemahan. Medinah:Mujamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al_Syarif, 1418 H., h. 66.

ABSTRAK

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online*, perlu kiranya mendapatkan penegasan pertanggung jawaban yang kaitannya dengan praktik jual beli *online* serta permasalahan wanprestasi yang disebabkan oleh pelaku usaha. Sejah mana peran *marketplace* serta pelaku usaha ikut bertanggung jawaban dalam kerugian wanprestasi yang dialami konsumen.

Shopee merupakan salah satu perusahaan yang mengubah proses bisnisnya melalui *e-commerce*, yang mana fokus bergerak di bidang jual beli *online*.

Jenis penelitian hukum yang digunakan yakni penelitian hukum yuridis empiris. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, observasi. analisis data yang digunakan yakni analisis data kualitatif.

Hasil penelitian yang didapat oleh penulis yaitu bahwa (1) Praktik jual beli yang digunakan di *marketplace Shopee* yakni menggunakan sistem transaksi B2C (*Businnes to Consumer*) dan C2C (*consumer to consumer*). (2) Tanggung jawab dalam perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan *shopee* sebagai *marketplace* berkaitan dengan terjadi wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum yang disebabkan oleh pelaku usaha maka beban pertanggung jawabannya di tanggung oleh pelaku usaha dengan mengacu kepada kontrak yang para pihak sepakati. Perlindungan yang diberikan *shopee* adalah sebatas pengawasan, *regulator*, *fasilisator*, pencarian solusi, dan pengambilan keputusan wanprestasi ataupun perbuatan melanggar hukum yang terjadi.

Kata kunci : Wanprestasi, *E-commerce*, Jual Beli *Online*, Perlindungan Hukum.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi Arab-Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Šā'</i>	Š	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Šād</i>	Š	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	D	de titik di bawah

		.	
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين ditulis *muta'āqqidīn*

عدة ditulis *'iddah*

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة ditulis *hibah*

جزية ditulis *jizyah*

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله ditulis *ni'matullāh*

زكاة الفطر ditulis *zakātul-fitri*

D. Vokal pendek

اَ (fathah) ditulis a contoh ضَرَبَ ditulis *daraba*

إِ (kasrah) ditulis i contoh فَهِمَ ditulis *fahima*

أُ (dammah) ditulis u contoh كُتِبَ ditulis *kutiba*

E. Vokal panjang:

1. fathah + alif, ditulis ā (garis di atas)

جاهلية ditulis *jāhiliyyah*

2. fathah + alif maqṣūr, ditulis ā (garis di atas)

يسعي ditulis *yas'ā*

3. kasrah + ya mati, ditulis ī (garis di atas)

مجيد ditulis *majīd*

4. dammah + wau mati, ditulis ū (dengan garis di atas)

فروض ditulis *furūd*

F. Vokal rangkap:

1. fathah + yā mati, ditulis ai

بينكم ditulis *bainakum*

2. fathah + wau mati, ditulis au

قول ditulis *qaul*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

انتم ditulis *a'antum*

اعدت ditulis *u'iddat*

لئن شكرتم ditulis *la'in syakartum*

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

القران ditulis *al-Qur'ān*

القياس ditulis *al-Qiyās*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggandengkan huruf syamsiyyah yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l-nya

الشمس ditulis *asy-syams*

السماء ditulis *as-samā'*

I. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

J. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض ditulis *zawi al-furūd*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Ali dan Ibu Tarsinih, yang dalam hal ini selalu memberikan semangat moril maupun materiil, serta *ridlo* dan doa' dari keduanya yang selalu mengiringi setiap langkah penulis;
2. Kakak-kakakku Fitriyati dan Musthofah, yang tiada henti selalu membimbing, mengingatkan, dan meluangkan waktunya untuk selalu mendengarkan keluh kesah yang penulis alami;
3. Pengasuh PP. MISK Sarean Kaliwungu Kyai Tubagus Bakrie dan Kyai Hasan Amrun. Yang penulis anggap sebagai orangtua kedua yang mendidik, mengasuh dan memberikan nasihat serta arahan-arahan kepada penulis;
4. Santri Pondok MISK dan Bambang *Lover's* selaku sahabat penulis, yang tidak pernah mengeluh dengan semua kekurangan ataupun kelebihan dari penulis, dan selalu memberikan kontribusinya dalam hidup penulis;
5. Bapak Abidin dan Ibu Sapu'. Orang baik yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan *support* kepada penulis dan pelajaran tentang arti pentingnya mencintai, peduli dan berbagi kepada sesama; dan
6. Seluruh Keluarga besar Bani Kasum, yang selalu memberikan kisahnya masing-masing sehingga penulis merasa bersyukur dengan semua perbedaan mereka.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Di PT. Shopee Internasional Indonesia”**. Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Hukum di Fakultas Syari’ah dan Hukum Uin Walisongo Semarang.

Selanjutnya shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman..

Penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, materiil maupun immateriil. Oleh karena itu, tidak ada kata yang pantas dapat penulis ungkapkan kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Abu Hapsin, MA., Ph.D dan Dr. H. Dja’far Baehaqi, S.Ag., MH. selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II, yang selalu bersedia membimbing dan mengarahkan serta memberikan masukan kepad penulis.
2. Hj. Briliyan Ernawati, SH., M. Hum dan Novita Dewi Masyithoh, SH, M.H. selaku Kajur dan Sekjur Program Studi Ilmu Hukum;

3. Hj. Nur Hidayati Setiyani, SH., MH. selaku Kajur Program Studi Hukum Keluarga Islam;
4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan arahan dalam proses belajar di perkuliahan maupun di dalam forum diskusi;
5. Bapak Mufid., SH. Selaku kabag. Informasi dan Pelayanan publik LP2K Jawa Tengah yang telah bersedia penulis wawancarai;
6. Kedua orang tua saya Bapak Ali dan Ibu Tarsinih, dan orang tua angkat saya Bapak Abidin dan Ibu Sapu'. Serta segenap keluarga besar Bani Kasum yang selalu mendo'akan penulis dalam menuntut ilmu dan mengerjakan skripsi ini;
7. Teman-teman Jurusan Ilmu Hukum Angkatan 2015 yang telah memberikan semangat, dorongan, kritikan, masukan penulis dalam mengerjakan skripsi ini;
8. Akang-akang santri IKSKI dan Pondok Pesantren MISK Sarean Kaliwungu (Kang Rendy, Gus Out Group, Hamzah, Anwar, Hafidz, Rifki, Saekhu, Jalal, Imam, Alam, Fatur, dan kang Pa'i);
9. Temen-temen KKN Reguler-71 Posko 18 Desa Kendaldoyong Kec. Wonosalam Kab. Demak yang selalu memberikan dukungan moril kepada penulis;
10. Teman-teman GenBI, *Squad Inces* (Azizah, Nida, Anik, dan Paul), akar Mahoni (Aniza, Anisa, Fevi, Sella, Bunga, Kak Ros, Novida, dan Mba' Dewi), keluarga Jasima (Zoemaly, Uci, Ade,

Anam Joker, Awang, Ajiz, Dogleg, Topik Pop, Lastri Donang, Novi Siwer), Taman Belajar AXIPAXI (Rizal Setiyawan, S.Sos., dr. Gayo Herlambang, Sp.An., Ns. Iin Dzatul Khusna, S.Kep., Pipit, Spd., dan Istirofah)

11. Para pendaki KUNAM's (Mbah Irfan, Dedi, Aisyi, Fikri, Luffi, Agung, Diha, Riyan, dan Ilham).
12. Semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang ikut mendukung penulis baik dari segi moril maupun materiil yang dalam hal ini memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Tentunya penulis menyadari bahwa hasil karya ini jauh dari kata sempurna dan penulis sangat mengharapkan saran dan kritik sehingga dapat memperbaiki dan melengkapi skripsi ini ke depan. Semoga hasil karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Semarang, 16 Oktober 2019

Penulis,



Nurlaeni Faizal
NIM. 1502056013

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN DEKLARASI.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR BAGAN DAN TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	14
E. Telaah Pustaka	15
F. Metode Penelitian	21
G. Sistematika Penulisan	27

BAB II TINJAUAN UMUM

A. Perlindungan Konsumen	
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	29
2. Bentuk Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli <i>Online</i> Menurut Undang-Undang	34
B. Pengertian Jual Beli Dan Dasar Hukumnya	
1. Pengertian Jual Beli.....	45
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	49
3. Terjadinya Wanprestasi dalam Jual Beli	54
C. Wanprestasi	
1. Ruang Lingkup Wanprestasi	60
2. Bentuk/Wujud Wanprestasi.....	62
3. Akibat atau Hukuman Bagi Debitur yang Wanprestasi	64
4. Tanggung Jawab Hukum.....	68
D. <i>E-commerce</i>	
1. Pengertian <i>E-commerce</i>	72
2. Perkembangan Perjanjian Jual Beli Menjadi <i>E- commerce</i>	76
3. Para Pihak Yang Terlibat Dalam Transaksi <i>E- commerce</i> Dan Beberapa Model Transaksi <i>Online</i>	78

**BAB III PRAKTIK JUAL BELI ONLINE DI PT. SHOPEE
INTERNASIONAL INDONESIA**

A. Sejarah Singkat PT. Shopee Internasional Indonesia	82
B. Sistem Transaksi Bisnis yang Digunakan <i>Shopee</i>	89
C. Mekanisme Berbelanja <i>Online</i> di <i>Shopee</i>	92
D. Strategi <i>Marketplace Shopee</i> dalam Menjamin Perlindungan Konsumen Serta Memberikan Keuntungan Kepada Konsumen	100

**BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM
KONSUMEN AKIBAT ADANYA WANPRESTASI
YANG DISEBABKAN OLEH PELAKU USAHA**

A. Instrumen Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen	104
B. Bentuk Pertanggung Jawaban <i>Shopee</i> Apabila Konsumen Mengalami Kerugian	124
1. Pertanggung Jawaban <i>Shopee</i> Sebagai Marketplace	133
2. Pertanggung Jawaban <i>Shopee</i> Sebagai Pelaku usaha	143

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	152
B. Saran	153

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1	Tampilan Awal <i>Shopee.co.id</i>	93
Gambar 2	Laman Pendaftaran Akun Pengguna Baru <i>Shopee</i>	94
Gambar 3	Proses Pengisian Alamat Tujuan dan Besaran Ongkos Kirim yang Harus dibayar.....	96
Gambar 4	Penyelesaian Pesanan.....	96
Tabel 1	Pengklasifikasian Metode Pembayaran.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Riset dari Kampus.
- Lampiran 2 Surat Keterangan telah melakukan Penelitian di Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Jawa Tengah.
- Lampiran 3 Surat Keterangan telah melakukan wawancara dengan Bpk. Mufid (Kabid. Pengabdian & Pelayanan Masyarakat),LP2K Jawa Tengah
- Lampiran 4 Surat Keterangan telah melakukan pengambilan data di LP2K Jawa Tengah.
- Lampiran 5 Salinan hasil Wawancara dengan LP2K Jawa Tengah.
- Lampiran 6 Foto wawancara dengan narasumber Bapak Mufid.

DAFTAR SINGKATAN

BGB	<i>Burgerliches Gesetzbuch</i>
BW	<i>Burgerlijk Wetboek voor Indonesie</i>
E-Commerce	Elektronik Commerce
KUHP	Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
KUHPer	Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
LP2K	Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen
PP	Peraturan Pemerintah
PSTE	Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik
UUITE	Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik
UUPK	Undang-Undang Perlindungan Konsumen
YLKI	Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Indonesia

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan Nasional adalah suatu proses berkelanjutan yang harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat. Seperti halnya dinamika kemajuan teknologi informasi sebagai suatu fenomena yang terjadi di masyarakat, yang telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan masyarakat dalam berbagai bidang yang secara langsung mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru yang dikenal dengan hukum *cyber* (*cyber law*) atau hukum telematika.

Hukum *cyber* atau *cyber law* adalah istilah baru dalam dunia hukum. Istilah *cyber law* secara internasional digunakan sebagai istilah hukum yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Istilah lain dari *cyber law* yakni hukum telematika yang merupakan perwujudan dari konvergensi hukum telekomunikasi, hukum media, dan hukum informatika.

Selain *cyber law* atau hukum telematika ada pula istilah lain yang digunakan, yaitu hukum teknologi informasi, hukum dunia maya, serta hukum mayantara. Istilah-istilah tersebut lahir karena kegiatan ataupun aktifitas yang

dilakukan melalui jaringan sistem komputer dan sistem komunikasi, baik dalam lingkup lokal maupun global, dengan memanfaatkan teknologi berbasis sistem komputer yang merupakan sistem elektronik yang dapat dilihat secara virtual.

Dalam perjalanannya, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah pula memasuki wilayah dagang atau bisnis, di mana suatu transaksi bisnis (*Commerce*) tidak lagi dilakukan secara langsung (Konvensional¹) melainkan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, transaksi bisnis dilakukan dengan menggunakan jasa layanan internet dan teknologi elektronik lainnya.

Ahmad M. Ramli menjelaskan terkait perubahan-perubahan yang terjadi di dalam setiap lini kehidupan masyarakat, di mana perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas *bordless* dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung demikian cepat.²

Tidak hanya berhenti disitu, dalam dunia bisnis pun secara lambat namun pasti dampak kemajuan dari teknologi

¹ Transaksi perdagangan yang lazim dilakukan dengan bertatap langsung atau bertemunya penjual dengan pembeli.

² Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesi*, Bandung: Rafika Aditama, 2004, h. 1.

informasi dan komunikasi ini telah dirasakan, diantaranya *Electronic Commerce (E-commerce)*, hal ini merupakan salah satu dampak dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menyebabkan perubahan dalam dunia bisnis.

E-commerce sebagai suatu kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacture*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet.³

Jual Beli *Online* adalah hal baru juga yang lahir dengan di latar belakang oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, di mana tujuan awalnya ialah mengutamakan efektivitas waktu, harga serta tempat dalam pelaksanaannya. Dengan harapan mampu melakukan perbaikan terhadap cara kerja jual beli tradisional/ konvensional sehingga akan tercipta wajah transaksi jual beli yang baru dengan pelayanan yang serba cepat, mudah, dan praktis.

Dalam praktiknya, transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* tidak lagi mempertemukan antara penjual (pelaku usaha) dengan konsumen (pembeli). Transaksi ini

³ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik sebagai panduan dalam menghadapi era digital bisnis e-commerce di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2017, h. 11.

terjadi lewat *website* atau situs-situs, surat menyurat melalui *email* atau sosial media lainnya, serta pembayarannya juga bisa dilakukan melalui internet, *mobile banking* atau transfer antar bank serta bisa juga lewat *mini market* yang telah disediakan.

Pada prinsipnya, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam transaksi jual beli *online*, hampir mirip dengan model kontrak jual beli secara konvensional yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia, baik itu kontrak jual beli yang dilakukan berdasarkan sistem Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Selanjutnya disingkat KUHPer) maupun menurut sistem hukum adat.⁴

Perbedaan lain yang sangat signifikan antara jual beli *online* dengan jual beli konvensional yakni terletak pada media yang digunakan, serta kewajiban bagi konsumen untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, dan tidak bisa melihat kebenaran adanya barang yang dipesan ataupun kualitas dari barang pesannya.

Salah satu dari beberapa *Marketplace* jual beli *online* yang sering digunakan sebagian masyarakat Indonesia ialah *Shopee.co.id*. *Shopee* merupakan sebuah aplikasi *mobile*, di mana aplikasi ini merupakan wadah/ tempat belanja *online*

⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung: Nusa Media, 2017, h. 41.

yang lebih fokus pada *Platform mobile* sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung melalui *handphone*.

Platform ini menawarkan berbagai macam produk, yang dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur sosial yang inovatif dan kreatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman, dan praktis.

Transaksi melalui jual beli *online* memiliki resiko yang jauh lebih tinggi dibanding dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara konvensional. Salah satu contoh kasus yang belum lama ini terjadi dalam transaksi jual beli *online* yang dilakukan melalui *marketplace shopee* dengan nomor pesanan (190626182210XSQ), yang menyebabkan kerugian bagi konsumen karena pelaku usaha tidak mengirimkan barang yang dipesan, namun status pengiriman telah selesai dan barang telah diterima oleh konsumen.⁵

Kasus lain yang dialami oleh konsumen yang berbelanja melalui *shopee* kaitannya dalam hal pengembalian dana, di mana konsumen tidak mendapatkan pengembalian dana yang sudah dibayarkan akibat nomor pesanan tidak terverifikasi. Seharusnya semua pembayaran yang sudah dibayarkan

⁵ <http://mediakonsumen.com/2019/07/12/surat-pembaca/shopee-tidak-bertanggung-jawab-pembeli-dirugikan>, diakses pada 08 Agustus 2019.

apabila barang pesan tidak terverifikasi maka dana akan kembali ke rekening ataupun *shopeePay* dengan jumlah yang sama. Namun dalam hal ini justru tidak diketahui terkait dana yang sudah dikirimkan.⁶

Terjadinya hal-hal seperti yang terjadi di atas secara langsung sangat mengganggu/ menciderai hak dari konsumen, khususnya hak terkait mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur atas produk yang diberikan.

Sehubungan dengan hal itu, Narbeth Reich dalam bukunya *Protection of Consumers Economic Interest by the EC Contract Law*, pernah merumuskan bahwa masalah yang sering dihadapi konsumen dalam transaksi jual beli *online* adalah meliputi segala sikap pelaku usaha yang bertindak curang pada saat kontrak jual beli dilakukan, seperti ketidakjelasan isi dari kontrak standar, cacat produk (*defective products*), dan ketidakpuasan atas jasa yang ditawarkan (*unsatisfactory services*), iklan yang menyesatkan, serta layanan purna jual.⁷

⁶ <http://mediakonsumen.com/2019/07/31/surat-pembaca/pengembalian-dana-shopee-yang-tak-kunjung-diterima>. diakses pada 08 Agustus 2019.

⁷ classic.austlii.edu.au/journals/SydLawRw/2006/3.html#fn2, diakses pada 10 Agustus 2019.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disingkat dengan UUPK) di dalam Pasal 4 secara tegas dan rinci menjelaskan mengenai beberapa hak dari konsumen, baik hak yang berkaitan dengan ketika konsumen itu hendak membeli barang, memakai barang atau jasa yang mereka beli, hak lain yang berkaitan dengan jaminan barang, dan jaminan hak dalam penyelesaian apabila suatu saat ada hal-hal yang tidak diinginkan.

Selain perlindungan atas hak-hak dari konsumen, UUPK juga memberikan rambu-rambu kepada pelaku usaha mengenai tindakannya dalam mengiklankan produknya, di mana dalam Pasal 17 UUPK, pelaku usaha tidak diperbolehkan mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa, jaminan/garansi, informasi yang keliru mengenai barang dan/atau jasa, serta mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan, melanggar etika dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kewajiban dari seorang penjual atau pelaku usaha untuk menjamin kepercayaan konsumennya dalam setiap transaksi yang dilakukan di atur dalam UUPK secara jelas yakni di

dalam pasal Pasal 7 dan Pasal 49 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik (Selanjutnya disingkat dengan PP PSTE), secara garis besar menyebutkan bahwa, pelaku usaha yang menawarkan produk wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan, serta wajib pula bagi pelaku usaha untuk memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.

Selain itu Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang garansi apabila terdapat cacat tersembunyi dalam barang yang dibeli konsumen.

Tidak kalah penting di dalam Undang-Undang atau Peraturan Pemerintah serta dasar hukum lainnya, kajian dalam hukum Islam sebenarnya telah memberikan sebuah rambu-rambu yang harus dipatuhi oleh setiap muslim. Di mana di dalam ajaran Islam jual beli dasar hukumnya boleh atau *mubah* selama perbuatan tersebut tidak dilarang oleh al-Quran dan Sunnah.⁸

Islam telah mengkomodir akan adanya prinsip dalam jual beli yang dilakukan secara *online*. Menurut hukum Islam,

⁸ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005, (Ed. 5), h. 208.

pelaksanaan transaksi jual beli *online* sama dengan transaksi *bai' al-salam*. *Salam* merupakan bentuk jual beli di muka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advanced payment* atau *forward buying* atau *future sales*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.⁹ Dan Kebenaran, keakuratan informasi yang diberikan pelaku usaha (penjual) ketika seorang pelaku usaha mempromosikan atau mengiklankan barang dagangannya akan menjadi pertimbangan boleh atau tidaknya jual beli *salam* itu dilakukan.

Selain itu, Islam tidak mengenal istilah kapitalisme klasik yang berbunyi "*ceveat emptor*" atau "*let the buyer beware*" (pembelilah yang harus berhati-hati), tidak pula "*ceveat venditor*" (pelaku usahalah yang harus berhati-hati), tetapi dalam Islam yang berlaku adalah prinsip keseimbangan (*al-ta'adul*) atau *ekuilibrium* di mana pembeli dan penjual harus berhati-hati, di mana hal itu tercermin dalam teori perjanjian (*nazariyyah al-'uqud*) dalam Islam.¹⁰

⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pres, 2007, h. 90.

¹⁰ Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: Malang Press, 2007, h. 204.

Perlu diperhatikan dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik, jaminan barang yang menjadi objek transaksi dapat dimanipulasi dengan mudah jika hak *khiyar*¹¹ dalam proses transaksinya dihilangkan sehingga salah satu pihak dapat dirugikan baik dari segi kualitas barang maupun dari ketahanan barang tersebut.

Misalnya ketika transaksi melalui media elektronik berlangsung, pihak penjual menghilangkan proses *khiyar majelis* sehingga pembeli tidak dapat mengidentifikasi dan mencocokkan kecacatan barang yang diperjualbelikan tersebut sesuai dengan yang diinformasikan oleh penjual. Dengan demikian, ketika transaksi berakhir konsumen mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Banyak fenomena di mana terkadang barang yang dikirim oleh penjual tidak sesuai dengan ulasan yang ada pada iklan mereka, sehingga ketika barang sudah diterima oleh pembeli atau konsumen mereka akan merasa dirugikan, dan ketika hal ini terjadi para pelaku usah memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barang tersebut dan berjanji

¹¹ *Khiyar* adalah perbuatan memilih antara dua hal yang lebih baik, yaitu antara melangsungkan akad jual beli dan membatalkan akad tersebut. Lihat Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004, h. 179.

untuk mengganti dengan barang yang sesuai. Namun dengan catatan bahwa ongkos atau biaya pengiriman ulang harus ditanggung oleh konsumen.

Tentunya dalam hal ini jelas merugikan konsumen karena seharusnya jika kita melihat kewajiban dari pelaku usaha yang terdapat di dalam pasal 7 UUPK, Pasal 49 ayat (1) dan pasal 49 ayat (3) PP PSTE, tentu hal demikian seharusnya mutlak sepenuhnya ditanggung oleh pelaku usaha. Namun dalam kenyataan yang ada di dalam masyarakat hal demikian harus ditanggung oleh konsumen. Hal demikianlah yang menjadi salah satu permasalahan yang ada di dalam transaksi jual beli *online*.

Data dari hasil riset Kaspersky Lab and B2B International mengungkap bahwa 26% konsumen Indonesia menjadi korban penipuan *online* dan Indonesia menjadi negara dengan korban penipuan *online* tertinggi di dunia.¹²

Tidak bisa dipungkiri di era digital dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat, serta didukung oleh kemudahan berbelanja secara *online* seperti saat ini, selain banyak memberikan manfaat positif bagi konsumen dan menggenjot pertumbuhan ekonomi mikro. Hal negatif dari adanya transaksi jual beli yang dilakukan secara

¹² Mobitekno.com/read/2016/30/05/Kaspersky-lab-korban-penipuan-online-di-indonesia-sangat-tinggi/, diakses 08 Agustus 2019.

online ialah maraknya penipuan *online* yang berkedok jual beli maupun hal lain yang disebutkan di atas seperti wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum.

Masih lemahnya regulasi dan kebijakan serta belum optimalnya itikad baik produsen, era digital dan kemandirian teknologi informasi dan komunikasi justru bisa menjadi ancaman serius bagi konsumen. Seperti kurangnya perlindungan terhadap para konsumen apabila dalam transaksi terdapat indikator wanprestasi yang disebabkan oleh para pelaku usaha, penipuan, ulasan palsu atau kegiatan lain yang dalam hal ini merugikan konsumen seolah menjadi pekerjaan rumah bagi para pelaku usaha maupun toko *online*, serta pemerintah untuk selalu memberikan jaminan dan pengawasan terhadap para konsumen.

Keberadaan UUPK pada prinsipnya adalah untuk melindungi kepentingan konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi atau bisnis secara konvensional/tradisional. Hal itu memang sudah tidak relevan apabila dalam transaksi jual beli *online* yang dilakukan menggunakan media elektronik masih menempatkan UUPK sebagai benteng pertahanan dalam mengatasi permasalahan problematika transaksi jual beli *online*.

Lahirnya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang kemudian disingkat UUIE dan PP PSTE

pun yang seharusnya menjadi jawaban atas permasalahan yang selama ini mencuat dalam dunia bisnis perdagangan *online* kenyataan belum sepenuhnya mampu menjawab semua permasalahan yang ada.

Berangkat dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui dan mengelaborasi seberapa jauh tanggung jawab dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha ataupun penyedia jasa seperti *marketplace* dalam transaksi jual beli *online*, jika konsumen mengalami kerugian akibat wanprestasi atau tindakan lain yang merugikan akibat dari pelaku usaha maupun *marketplace* ditinjau dengan peraturan yang berlaku.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik jual beli *online* di PT.*Shopee* Internasional Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum PT. *Shopee* Internasional Indonesia terhadap jual beli jika terjadi wanprestasi yang disebabkan oleh penjual?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan alasan penulisan mengangkat judul dan permasalahan yang penulis kemukakan, maka dengan ini penulisan ingin mengupayakan sebuah penelitian yang garis besarnya mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai perlindungan konsumen dan transaksi jual beli *online* di PT. *Shopee* Internasional Indonesia serta untuk mengetahui upaya-upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli pada situs belanja *online* di PT. *Shopee* Internasional Indonesia;
2. Untuk mengetahui pertanggung jawaban pelaku usaha dan *marketplace Shopee* terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli di PT. *Shopee* Internasional Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat ditinjau secara praktis maupun secara teoretis diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum, pemahaman, dan pengetahuan tentang upaya-upaya dan perlindungan terhadap konsumen yang diberikan penjual dan marketplace Shopee serta hukum positif di Indonesia. Di mana melalui penelitian, diharapkan agar hasil dapat bermanfaat bagi konsumen Shopee, sehingga dapat berhati-hati dalam melakukan transaksi yang dilakukan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan agar pembahasan dalam skripsi ini dapat memberikan gambaran kepada masyarakat selaku konsumen PT. *Shopee* Internasional Indonesia dalam membela hak-haknya jika terjadi sebuah penipuan yang merugikan, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman lebih kepada konsumen, guna menghindari terjadinya kerugian-kerugian pada masa yang akan datang dan memberi masukan serta tambahan pengetahuan bagi para pihak terkait dengan masalah yang diteliti.

E. Telaah Pustaka

Pembahasan terkait perlindungan konsumen terhadap transaksi jual beli *online* sebenarnya bukan merupakan suatu pembahasan baru dalam dunia hukum, sudah banyak pembahasan yang beberapa kali membahas terkait perlindungan konsumen itu sendiri. Hal ini memungkinkan adanya kesamaan atau bersinggungan dengan penelitian-penelitian yang sudah ada. Namun, setelah melakukan observasi beberapa penelitian tersebut memiliki banyak perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, hal ini diperkuat dengan rumusan-rumusan masalah yang penulis

buat sehingga masalah-masalah yang penulis angkat belum pernah dibahas oleh penulis-penulis lain.

Beberapa karya ilmiah yang penulis temukan yang memiliki kemiripan dengan skripsi penulis diantaranya:

Pertama, Skripsi yang ditulis Rizky Arnando Yugistha,¹³ yang berjudul “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang. (Studi kasus OLX.co.id Cabang Semarang)”. Hasil penelitian ini yaitu perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian yaitu perlindungan hukum yang dibuat oleh pelaku usaha atau *merchant* dalam bentuk aturan yang disepakati kedua belah pihak dan perlindungan hukum yang berasal dari UUIITE pasal 25 yang mengatur tentang *privacy* berupa data pribadi pelaku usaha dan *customer*. Hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang dalam upaya mengenai pola pikir, minat dan kultur atau budaya masyarakat Indonesia.

¹³ Rizky Arnando Yugistha, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang*. (Studi kasus OLX.co.id Cabang Semarang), Skripsi, Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katholik Soegijapranata, Semarang, 2014.

Kedua, Artikel yang ditulis Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa¹⁴, yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online (E-commerce)*”. Hasil penelitian dari apa yang dituliskan dalam jurnal ini diantaranya yaitu mengetahui bagaimana proses penyelesaian terkait perlindungan konsumen apabila ada Wanprestasi dari pihak produsen dan lembaga apa saja yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa *E-commerce* meliputi *Online Dispute Resolution (ODR)* atau APS Online serta beberapa keuntungan.

Ketiga, Skripsi yang ditulis Ahmad Dewim Purnama¹⁵, yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Di [Www.Kaskus.Co.Id.](http://www.kaskus.co.id)” Hasil penelitian ini yaitu Hasil penelitian ini yaitu Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan sebagai berikut yaitu yang pertama, adanya unsur penipuan dalam jual beli namun sebagian tidak terdapat unsur tersebut. Kedua, obyek barang yang diperjualbelikan

¹⁴ Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, dalam jurnal BLR, volume one, Nomor: *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-commerce)*, Yogyakarta: Business law community UII, tt.

¹⁵ Ahmad Dewim Purnama, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Di [Www.Kaskus.Co.Id.](http://www.kaskus.co.id)*. Skripsi Thesis: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.

diharamkan seperti jual beli video porno dan jual beli jasa judi *online*. Ketiga, subyek penjual dan pembeli terjadi ketidakjelasan dalam jual beli online karena tidak bertemu langsung dan latar belakang penjual dan pembeli tidak diketahui secara pasti. Dan yang terakhir, dari ketidakjelasan obyek dan subyek diatas maka jual beli *online* dapat menimbulkan *Gharar*. Kemudian, dalam jual beli *online* di www.kaskus.co.id juga mengandung ketidakjelasan atau *gharar* karena jual beli *online* menggunakan sistem *salam* dan tidak langsung bertatap muka antara penjual dan pembeli, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk melakukan penipuan. Mulai dari ketidakjelasan apakah barang yang diterima sesuai dengan kesepakatan awal, latar belakang dan identitas penjual dan pembeli.

Keempat, Skripsi yang ditulis Jevi Cahya A. P,¹⁶ yang berjudul “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”. Hasil penelitian ini yaitu Hasil

¹⁶ Jevi Cahya A.P, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Skripsi:Universitas Sebelas Maret Fakultas Hukum, 2015.

penelitian ini yaitu Hasil penelitian ini yaitu penyelesaian ganti kerugian konsumen *online shop* produk *fashion* sebagai upaya perlindungan konsumen berdasarkan UUPK dan UUTE. Selain itu untuk mengetahui faktor penghambat upaya perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion*, *online shop* produk *fashion* yang mengalami kerugian karena tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab cenderung memilih menginformasikan kerugian yang dialaminya kepada akun *blacklist online shop* di *Instagram* sebagai mediator yang membantu penyelesaian masalah antara konsumen dengan pelaku usaha *online shop*. Mediator dalam hal ini bersifat *virtual* namun memiliki peran besar dalam membantu upaya perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion*. Pemerintah berperan pasif dalam perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion* karena pemerintah tidak mendapat laporan dari adanya pelanggaran hak-hak konsumen *online shop* produk *fashion*. Faktor penghambat perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion* antara lain adalah kurangnya kesadaran pelaku usaha *online shop* produk *fashion* dalam memberikan informasi produk dan kurangnya pengetahuan konsumen akan identitas pelaku usaha *online shop* produk *fashion*.

Kelima, Skripsi yang ditulis Putra Kalbuadi,¹⁷ yang berjudul “Jual Beli *Online* Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum Kaskus)”. Hasil penelitian ini yaitu Hasil penelitian ini yaitu Skema jual beli *online* dengan sistem *dropshipping* memiliki kesamaan dengan akad *ba’i as-salam*. Dalam skema *dropshipping* terdapat *muslam* (pembeli), *muslam ilaih* (penjual), *muslim fihi* (objek barang) dan juga *sighat* (*ijab* dan *qabul*) didalamnya. *Fee* yang didapat dari *dropshipper* berasal dari perjanjian nilai harga jual antara *dropshipper* dengan *supplier*. Sistem *dropshipping* ini juga memiliki kesamaan dengan akad *wakalah*. Dimana dalam sistem *dropshipping* ini terdapat *supplier* yang mewakilkan suatu benda/barang kepada *dropshipper* yang dapat dikatakan sebagai agen dari *supplier* tersebut. Sistem *dropshipping* dalam jual beli *online*, memenuhi rukun dan syarat sah yang berlaku dalam hukum fikih. Melihat dari proses dan skema sistem *dropshipping*, jual beli *online* dengan sistem *dropshipping* ini adalah bentuk yang diperbolehkan.

¹⁷ Putra Kalbuadi, *Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum Kaskus)*, Skripsi:UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Syariah dan Hukum Muamalat, Ekonomi Islam, 2016.

Beberapa karya di atas mempunyai kesamaan dalam beberapa *point* dengan tema yang diangkat oleh penulis. Namun yang kemudian menjadi pembeda dengan semua karya di atas ialah dalam objek penelitian. Selain itu lingkup kajian yang penulis angkat ialah perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* ataupun pelaku usaha dalam kasus wanprestasi. Dengan demikian, urgensi permasalahan-permasalahan yang dibahas dalam karya ilmiah diatas berbeda dengan objek kajian yang dibahas oleh penulis.

F. Metode Penelitian

Metode artinya adalah “jalan ke”, sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.¹⁸

Dengan demikian metode penelitian adalah jalan yang dilakukan berupa serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten untuk memperoleh data yang lengkap yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

¹⁸ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta:Universitas Indonesia (UI Press), 1986, h. 42.

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penyusunan penulisan hukum ini adalah penelitian hukum Normatif-Empiris. Adapun penelitian hukum normatif-empiris (terapan) mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif (perundang-undangan) dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan.¹⁹ Sedangkan Penelitian hukum empiris mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang dialami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat.²⁰

2) Sumber Data

Sumber dan jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah;

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang meliputi

¹⁹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung:PT.Citra Aditya Bakti, 2004, h. 53.

²⁰ *Ibid.*, h. 54.

perundang-undangan, yurisprudensi, dan buku literatur hukum atau bahan hukum tertulis lainnya,²¹ baik terhadap bahan-bahan hukum, bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang terdiri dari:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum mengikat, yang meliputi Kitab Undang-Undang Hukum Salah satu aspek hukum privat yang terdapat dalam Buku III KUH Perdata tentang Perikatan, yakni berkaitan dengan aspek hukum perjanjian, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP. PSTE).
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang bersifat memberikan penjelasan terhadap

²¹ *Ibid.*, h.151.

bahan-bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisa serta memahami bahan hukum primer, yang berupa literatur-literatur dan makalah-makalah yang berhubungan dengan masalah yang di bahas dalam penulisan skripsi ini.

- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan penunjang lain yang ada keterkaitan dengan pokok-pokok rumusan permasalahan, memberikan kejelasan terhadap apa isi informasi, dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, bukan apa yang ada dalam kajian bahan hukum, namun dapat dijadikan bahan analisa terhadap penerapan kebijakan hokum dilapangan, seperti kamus, ensiklopedia, buletin, majalah, artikel-artikel di internet dan bahan-bahan lainnya yang sifatnya seperti karya ilmiah berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

3) **Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

a. Interview/Wawancara

Penulis dalam hal ini melakukan pengumpulan data melalui Interview/ Wawancara dengan narasumber yang telah ditetapkan yakni Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah.

Pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan studi pustaka, studi dokumen dan studi catatan dan studi catatan hukum,²² dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder dengan serangkaian kegiatan penelusuran literatur dan dokumentasi dengan cara membaca, mengkaji, merangkum data, mengutip buku-buku, menelaah peraturan perundang-undangan, dokumen dan informasi lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dengan melakukan studi kepustakaan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan

²² Abdulkadir Muhammad, *Hukum.., Op.Cit*, h. 125.

menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, Undang-Undang dan sebagainya.²³

c. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung terhadap subjek penelitian. Di mana dalam hal ini, penulis melakukan penelitian terhadap proses transaksi jual beli *online*.

4) Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif atau disebut juga analisis berkelanjutan (*ongoing analysis*).²⁴ yaitu dengan menentukan keterkaitan antara bagian dan keseluruhan data yang telah dikumpulkan melalui proses yang sistematis. Analisis data dimulai dari tahap pengumpulan data sampai tahap penulisan laporan yang menyebabkan skripsi ini menjadi suatu kesatuan yang padu dan

²³ Van Hoeve, *Ensiklopedia Indonesia*, Jilid 7. Jakarta: Ichtiar Baru, 1984, h. 849.

²⁴ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015, h. 176.

tidak hanya menghasilkan data deskriptif belaka.²⁵ Di mana deskriptif dalam penelitian ini meliputi proses transaksi, perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan ataupun data terkait kerugian yang dialami oleh konsumen.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan merupakan rencana outline penulisan skripsi yang akan dikerjakan. Dengan garis besarnya adalah sebagai berikut:

BAB I, Pendahuluan memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II, Tinjauan umum tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *E-commerce*. Pada bab II ini menguraikan tentang gambaran umum Jual beli, Perlindungan konsumen, *e-commerce* serta wanprestasi dan akibat hukumnya.

BAB III, Gambaran Umum Bab ini berisi deskripsi PT. *Shopee* Internasional Indonesia, sejarah singkat, sistem jual beli yang digunakan, serta mekanisme jual beli yang ada di PT. *Shopee* Internasional Indonesia.

²⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta :UI Press, 1986, h. 32.

BAB IV, Analisis perlindungan hukum konsumen akibat adanya wanprestasi yang disebabkan oleh pelaku usaha.

BAB V, merupakan bab penutup berisi kesimpulan

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Setiap orang pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Keadaan universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang “aman”.

Secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya universal. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal.²⁶ Misalnya dari segi ekonomi maupun pengetahuan, mengingat dalam hal ini produsen lah yang memproduksi barang sedangkan konsumen hanya membeli produk yang telah tersedia dipasaran maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu

²⁶ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, h. 3.

penting untuk dikaji ulang serta masalah perlindungan konsumen ini terjadi di dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai Negara hukum, menjamin perlindungan setiap hak dan kewajiban bagi setiap warga Negara dalam setiap kegiatan merupakan sebuah kewajiban yang mau tidak mau Negara dalam hal ini hadir untuk menjamin kepastian hukum.

Adanya UUPK merupakan salah satu bentuk kehadiran Negara dalam hal ini hadir untuk menjamin serta memberikan perlindungan terhadap konsumen di bidang ekonomi yang diberikan kepada warga Negara sebagai salah satu sumber hukum positif dalam perlindungan konsumen, sekaligus untuk dapat melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan maupun pendidikan terhadap para konsumen.²⁷

Dalam Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa *“perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Sehingga, perlindungan*

²⁷ Andrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor:Ghalia Indonesia,2008, h. 1.

konsumen berkaitan dengan jaminan atau kepastian terpenuhinya hak-hak konsumen”.²⁸

Tidak dipungkiri bahwa keberadaan UUPK bukanlah satu-satunya Undang-Undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi sebagaimana disebutkan dalam penjelasan umum bahwa sebelum UUPK disahkan sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen, telah ada 20 UU yang materinya memuat terkait perlindungan konsumen, sehingga hadirnya UUPK dalam hal ini bisa dijadikan sebagai penegasan sekaligus sebagai payung hukum bagi konsumen, dan sekaligus dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.²⁹

Az. Nasution memberikan pengertian bahwa perlindungan konsumen sebagai bagian dari hukum yang memuat asas dan kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Sedangkan hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang

²⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. III, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2014, h. 7.

²⁹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2001, h. 20-21.

berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.³⁰

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formil makin terasa sangat penting, mengingat makin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Di mana dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya merasakan dampaknya.

Beberapa dampak yang begitu terasa bagi konsumen ialah salah satunya dalam hal Perlindungan konsumen, di mana dalam hal ini memiliki cakupan yang begitu luas, cakupan tersebut meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, di tinjau dari tahap awal yaitu mendapatkan barang dan jasa hingga akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut. Terdapat dua cakupan perlindungan konsumen, yaitu:³¹

³⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Grasindo,2000, h. 9.

³¹ Jamus Sidabalok....*Op.cit.*, h. 8.

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah di sepakati atau ternyata melanggar ketentuan undang-undang. Hal ini berkenaan dengan persoalan-persoalan seperti penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya, apakah hal-hal tersebut sudah sesuai dengan standar keamanan dan keselamatan konsumen. Selain itu, perlindungan terhadap persoalan bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena menggunakan atau mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.
2. Perlindungan terhadap syarat-syarat tidak adil yang diberlakukan terhadap konsumen. Hal ini berkaitan dengan hal-hal seperti promosi dan periklanan, standar kontrak, layanan purnajual, harga, dan sebagainya. Hal-hal tersebut berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

Selain dua cakupan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen yang begitu luas, jika kita meninjau dari aspek lain guna memberikan keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari

konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya agar berimbang, maka Terdapat asas-asas yang bertujuan sebagai usaha bersama para pihak yang terakit seperti, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah.

Dalam hal ini terdapat 5 (lima) asas perlindungan konsumen sebagaimana yang diatur di dalam pasal 2 UUPK, yaitu Asas Manfaat, Asas Keadilan, Asas Keseimbangan, Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Asas Kepastian Hukum.³²

2. Bentuk Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang

Bentuk perlindungan konsumen dalam jual beli *online* menurut Undang-Undang mencakup beberapa aspek, diantaranya adalah :³³

1. Memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha pada jual beli *online*.

³² Elia Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen...Op.cit.*, h. 9-12.

³³ Nur Masyithah Ziauddin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online*, terdapat dalam <http://jurnal.ar.raniry.ac.id/index.php/petita/index> ISSN-P: 2502-8006 ISSN-E: 2549-8274, h. 112.

Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat UUIE), memiliki jangkauan yurisdiksi (wilayah hukum) tidak semata-mata untuk perbuatan hukum yang berlaku di Indonesia, tetapi juga berlaku untuk perbuatan hukum yang dilakukan di luar yurisdiksi (wilayah hukum) Indonesia.³⁴ Hal ini mengingat bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat dilakukan lintas wilayah Indonesia maupun antar negara.

Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan Informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.³⁵ Dalam hal ini yang dimaksud dengan informasi yang lengkap dan benar meliputi: *Pertama*, informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara. *Kedua*,

³⁴ Lihat Pasal 2 Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

³⁵ Lihat Pasal 9 Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang atau jasa yang ditawarkan seperti nama, alamat dan deskripsi barang/jasa.

Bagi pelaku Transaksi Elektronik Internasional memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi mereka. Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum untuk menyelesaikan sengketa yang timbul akibat transaksi elektronik internasional tersebut, hukum yang berlaku bagi mereka didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.³⁶

Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Penyelesaian sengketa ini dapat ditempuh melalui pengadilan (litigasi) atau luar pengadilan (non litigasi), sebagaimana terdapat di dalam

³⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik, Op.cit.*, h. 141.

peraturan perundang-undangan mengenai hak-hak konsumen yang harus dilindungi.³⁷

Ketentuan yang berkaitan dengan hal-hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, dalam Pasal 49 PP PSTE pada Bab IV disebutkan bahwa:

1. Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.
2. Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
3. Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.
4. Pelaku usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim.

³⁷ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen, Op.cit.*, h. 2.

5. Pelaku usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.
2. Memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang merugikan konsumen.

Pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik diatur pada Pasal 21 ayat (2) UU ITE, namun ketentuan tersebut tidak berlaku apabila dapat dibuktikan terjadinya, keadaan memaksa, kesalahan, atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik (konsumen). Adapun isi dari Pasal 21 ayat (2) adalah sebagai berikut:

- a. Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi;
- b. Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
- c. Jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan

Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.

- d. Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap Sistem Elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.
- e. Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat kelalaian pihak pengguna jasa layanan, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab pengguna jasa layanan.

Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan Pasal 45 butir (2) UU No. 11 tahun 2008 yaitu, berupa pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.³⁸ Ganti rugi yang dimaksud berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Apabila pelaku usaha melanggar ketentuan tersebut maka badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang memberikan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Dalam penyelenggaraan transaksi elektronik, para pihak wajib menjamin pemberian data dan informasi yang benar, dan ketersediaan sarana dan layanan serta penyelesaian pengaduan.

³⁸ *Ibid.*, h. 41.

Apabila melanggar hal tersebut maka dapat dikenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis, denda administratif, penghentian sementara dan/atau dikeluarkan dari daftar.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa melalui pesanan dilarang untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan dan tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi. Bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut dikenakan sanksi pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

3. Melindungi Hak dan Kewajiban Konsumen

Bentuk perlindungan konsumen yang terdapat pada UUPK dapat disimpulkan dalam Bab III berkaitan dengan hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha, Bab IV mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, Bab VI mengenai tanggung jawab pelaku usaha, Bab X mengenai penyelesaian sengketa dan Bab IX mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu:³⁹

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right of safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to be choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Selain empat hak yang disebutkan diatas, *The International Organization of Consumers Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.⁴⁰

³⁹ Sri Redjeki Hartono, *Makalah Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas*, Penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Bandung:Mandar Maju, 2000, h. 38.

⁴⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta:PT. Grasindo, 2004, h. 20.

Adapun hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam Undang-undang perlindungan konsumen, adalah berikut ini:

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

- g. Hak unduk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barangdan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimanamestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak yang telah disebutkan diatas, konsumen juga memiliki beberapa kewajiban yang harus dilakukan. Hal ini berguna sebagai bentuk kehati-hatian dalam melakukan transaksi supaya tidak mengakibatkan kerugian pada diri sendiri. Kewajiban tersebut adalah sebagai berikut:⁴¹

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatanbarang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

⁴¹ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- e.

B. PENGERTIAN JUAL BELI DAN DASAR HUKUMNYA

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.⁴²

⁴² Retno Prabandari, *Jenis-jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, terdapat dalam http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO_PRABANDARI, pdf, h. 1.

Berikut pengertian jual beli menurut hukum di beberapa Negara diantaranya :

- 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.⁴³
- 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.

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

⁴³ *Ibid.*, h. 2.

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.⁴⁴

Berdasarkan ketentuan Pasal 1457 KUHPerdata, jual beli ditegaskan sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.⁴⁵

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).⁴⁶ Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 3.

⁴⁵ I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Jakarta:Sinar Grafika, 2016, h.158.

⁴⁶ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2003, h. 113.

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).⁴⁷ Imam Taqiyuddin mengartikannya sebagai pembelian harta karena menerima harta dengan ikrar penyerahan dan jawab penerima (*ijab dan qabul*) dengan cara yang diizinkan.⁴⁸ Sedangkan Abdurahman al-Jaziri mendefinisikan jual beli sebagai suatu transaksi saling menerima sesuatu dengan sesuatu yang lain.⁴⁹ 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.⁵⁰

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli yaitu suatu peristiwa hukum antara dua orang yakni

⁴⁷ M. Hasbi ash Shiddiqy, *Hukum-Hukum Fiqh Islam*, cet 1, Semarang:Pustaka Rizki Putra, 1997, h. 328.

⁴⁸ Taqiyuddin Abi Bakar al-Husaini, *Kifayat al-Akhyar*, juz 1, Semarang:Toha Putra t.th, h. 183.

⁴⁹ Abdurahman al-jaziri, *al-Fiqh 'Ala Madzahib al-arba'ah*, juz II, Beirut:Daar al-kutb al-Ilmiyyah, t.th., h. 134.

⁵⁰ Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, Terj. Kamaluddin dan Marzuki, Bandung:Al-Ma'arif,1987, h. 47-48.

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.

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 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*). 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.⁵¹

Sedangkan di Negara kita Perjanjian jual beli di Indonesia diatur dalam Buku III KUHPerduta. Di mana secara historis, KUHPerduta berasal dari *Code Civil* Perancis. Kemudian *Code Civil* tersebut diadopsi Nderland 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 (KUHPerduta). KUHPerduta ini berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945 masih berlaku hingga saat ini.⁵²

Perjanjian jual beli diatur dalam KUHPerduta Buku III sebagai bagian dari perikatan. Perjanjian jual beli dalam Buku III Bab Kelima Bagian Kesatu mengenai Ketentuan-ketentuan Umum (Pasal 1457-1471), Bagian Kedua mengenai Kewajiban-kewajiban Penjual (Pasal 1473-1512), Bagian Ketiga mengenai Kewajiban Pembeli (Pasal 1513-1518), Bagian Keempat mengenai Hak Membeli Kembali (Pasal 1519-1532), dan Bagian Kelima mengenai Ketentuan-

⁵¹ Retno Prabandari, *Jenis – jenis Perjanjian... Op.cit.*, h. 5.

⁵² Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. 1, Yogyakarta:FH UII Press, 2016, h. 8-9 .

ketentuan Khusus Mengenai Jual Beli Piutang dan lain-lain Benda Tidak Berwujud (Pasal 1457-1540). Dengan itu, perjanjian jual beli di dalam KUHPdata diatur pada Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540.⁵³

Buku III KUHPdata 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.

Hukum pelengkap dalam pembuatannya mempertimbangkan dua hal yaitu apa saja kiranya yang diatur oleh pihak sendiri seandainya mereka sendiri membuat aturan tentang hal itu, dan apa yang pada umumnya dalam keadaan tertentu dianggap benar. Sehingga jelas kedua pertimbangan

⁵³ *Ibid.*, h. 9.

itu saling melengkapi satu dengan yang lain.⁵⁴ Sehingga hukum pelengkap ini ada bukan sebagai optional tetapi sebagai pengisi kekosongan hukum yang dibiarkan oleh pihak yang bersangkutan.

Selain dasar hukum yang ada di dalam hukum positif, dasar hukum jual beli dalam Islam mempunyai landasan yang amat kuat, di mana jual beli diperbolehkan sebagai salah satu sarana tolong menolong antar sesama manusia, dan tidak dijadikan sebagai sebuah tindakan eksploitasi seperti tindakan riba yang merugikan orang lain. Hal ini bisa kita temukan dalam firman Allah di dalam surat al-Baqarah:275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (Q.S.. 2 [al-Baqarah]:275).⁵⁵

Ayat diatas memberikan pengertian serta batasan mengenai jual beli kepada hamba-Nya dengan baik. Sebaliknya Allah SWT dalam ayat diatas melarang kita untuk

⁵⁴ *Ibid.*, h. 10-11.

⁵⁵ Tim penyelenggara penterjemah al-Qur’an, al-Qur’an dan Terjemahan. Medinah:Mujamma’ al-Malik Fahd li Thiba’at al-Mushaf al_Syarif, 1418 H., h. 69.

memakan atau barang yang terdapat unsur eksploitasi seperti riba atau hal-hal lain yang dapat merugikan orang lain.

Selain itu, di dalam surat an-Nissa;29 disebutkan

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ

Yā ayyuhallażīna āmanu lā ta`kulū amwālakum bainakum bil-bāṭili illā an takuna tijāratan 'an tarādim mingkum, wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum raḥīmā.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka (taradli) diantara kamu”. (Q.S.5[an-Nissa]:29).⁵⁶

Jelaslah dalam hal ini Allah SWT telah mengharamkan manusia untuk memperoleh harta dengan cara yang *bathil*, baik dengan cara yang diharamkan Allah seperti mencuri, menipu, merampok ataupun hal lainnya. Perolehan harta dapat dibenarkan dengan jalan perniagaan seperti yang tercantum di dalam penggalan ayat di atas ataupun sejenisnya

⁵⁶ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. 1, Yogyakarta:FH UII Press, 2016. h. 122.

yang didasarkan atas suka sama suka dan saling menguntungkan.

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.⁵⁷

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 dengan syarat penyerahan bisa atau disepakati dilakukan pada waktu berbeda dengan saat tercapainya kesepakatan.

⁵⁷ *Ibid.*, h. 64.

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.

Mengenai kewajiban penjual untuk menanggung cacat tersembunyi atau *hidden defects* ini, ditentukan dalam Pasal 1504 KUHPerdara, yang dijelaskan di dalamnya bahwa penjual diwajibkan menanggung cacat-cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya, yang menyebabkan barang tersebut tidak bisa digunakan secara maksimal. Cacat tersembunyi yang dimaksud adalah cacat yang sedemikian rupa adanya sehingga tidak dengan mudah terlihat atau diketahui oleh pembeli. 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 diketahui pembeli, pembeli dianggap sudah menerima adanya cacat sehingga penjual tidak wajib untuk menanggung akibat dari adanya cacat tersebut.⁵⁸

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).⁵⁹

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

⁵⁸ *Ibid*, hlm. 65-66.

⁵⁹ *Ibid*, hlm. 66.

kepada penjual. Akan tetapi, KUHPerdata memberi kemungkinan untuk membuat perjanjian yang bisa mengecualikan kewajiban penjual tersebut, misalnya dengan pemberian garansi atau bisa juga dengan pemberitahuan sebelumnya seperti barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan, dan lain sebagainya.⁶⁰

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.

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek dalam jual beli menurut Imam Taqiyuddin, 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.⁶¹

⁶⁰ *Ibid*, hlm. 67-68.

⁶¹ <http://eprints.walisongo.ac.id/6833/3/BAB%20II.pdf>, diakses pada 08 Oktober 2019.

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.⁶² 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 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).⁶³

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.⁶⁴ Dan menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, *Salam*

⁶² Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta:Rajawali Pers, 201, h. 181.

⁶³ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta:Rajawali Pers, 2015, h, 90.

⁶⁴ Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Salam.

adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembiayaan harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati.⁶⁵

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.⁶⁶

Terkait dengan rukun dari akad *salam* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu: Pelaku akad terdiri atas *muslam* (pembeli) dan *muslamilaih* (penjual), *muslam fiih* (objek akad), *tsaman* (harga), *shighah(Ijab dan Qabul)*.⁶⁷

⁶⁵ Penjelasan Pasal 19 huruf d UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

⁶⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta:Gema Insani, 2011, h. 240.

⁶⁷ Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah, *Op.Cit.*, h. 92.

Dasar hukum diperbolehkannya akad *salam* ialah berdasarkan firman Allah. Surat al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:⁶⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.” (Q.S. 2 [al-Baqarah]:282).⁶⁹

C. WANPRESTASI

1. Ruang Lingkup Wanprestasi

Wanprestasi berasal dari bahasa Belanda *wanprestatie* artinya tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perikatan, baik perikatan yang timbul dari Undang-Undang maupun yang timbul dari sebuah perjanjian.

Senada dengan pengertian diatas R. Subekti mengatakan bahwa perkataan wanprestasi berasal dari bahasa

⁶⁸ Abu Azam Al Hadi, Fiqh Muamalah Kontemporer, Surabaya:UIN Sunan Ampel Press,2014, h. 205.

⁶⁹ Tim penyelenggara penterjemah al-Qur’an, al-Qur’an dan Terjemahan. Medinah:Mujamma’ al-Malik Fahd li Thiba’at al-Mushaf al_Syarif, 1418 H., h. 71.

Belanda yang berarti prestasi buruk, yaitu apabila si berutang tidak melakukan apa yang dijanjikan atau ia melakukan atau berbuat sesuatu yang tidak diperbolehkan untuk dilakukan.⁷⁰

Menurut Wirjono Prodjodikoro mengatakan bahwa wanprestasi adalah ketiadaan suatu prestasi yaitu isi dari perjanjian tersebut.⁷¹

Menurut J.Satrio bahwa dalam hal debitur tidak memenuhi prestasi, yaitu suatu keadaan dimana debitur tidak dapat memenuhi janjinya atau tidak memenuhi sebagaimana mestinya atau yang sudah diperjanjikan, kesemuanya itu dapat dipersalahkan kepadanya.⁷² Jadi, 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.

Selain itu, menurut A.Qirom S Meliala mengatakan bahwa untuk adanya wanprestasi atau cedera janji ialah dapat

⁷⁰ I ketut OkaSetiawan, *Hukum Perikatan, ...Op.Cit.*, h. 19

⁷¹ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Bandung:Sumur,1999, h. 17.

⁷² R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta:Pembimbing Masa, 1979, Ctk. 4, h. 59.

membuktikan tidak dapatnya ia melakukan prestasi adalah di luar kesalahannya atau dengan kata lain bukan karena keadaan memaksa (*overmacht*).

Jadi dapat kita tarik kesimpulan bahwa wanprestasi atau lazim dikenal dengan cidera janji adalah kondisi di mana debitur tidak dapat melaksanakan kewajiban prestasinya yang ditentukan di dalam perikatan khususnya perjanjian, sehingga wanprestasi merupakan pelanggaran kewajiban kontraktual. Sehingga wanprestasi dapat diartikan tidak terlaksananya prestasi karena kesalahan debitur baik karena sengaja maupun karena kelalaiannya sendiri atau karena debitur menghadapi keadaan memaksa (*overmacht*).

2. Bentuk/Wujud Wanprestasi

Dalam perikatan untuk memberikan sesuatu debitur wajib memberikan prestasinya atau dengan kata lain debitur wajib melunasi hutang prestasinya dengan baik, apabila debitur dalam hal ini tidak berprestasi dengan baik, maka ia melakukan wanprestasi. Mengenai wujud wanprestasi J. Satrio berpendapat bahwa ada tiga wujud dari wanprestasi itu sendiri, yaitu:⁷³

- a) Debitur sama sekali tidak berprestasi, artinya prestasi itu tidak hanya terlambat, tetapi juga

⁷³ I ketut Okta Setiawan,.....*Op.Cit.*, h. 19.

tidak bisa lagi dijalankan. Hal ini dapat disebabkan karena:

1. Pemenuhan prestasi tidak mungkin lagi dilaksanakan karena barangnya telah/sudah musnah;
 2. Prestasi kemudian sudah tidak berguna lagi, karena saat penyerahan mempunyai arti yang sangat penting.
- b) Memberikan prestasi yang tidak semestinya/ keliru berprestasi/ tidak tepat waktunya. Dengan kata lain, terlambat melakukan prestasi yang artinya meskipun prestasi itu dilaksanakan atau diberikan, tetapi tidak sesuai dengan waktu penyerahan dalam perikatan.
- c) Memenuhi prestasi tidak sempurna, artinya prestasi diberikan, tetapi tidak sebagaimana mestinya.

Adakalanya memang debitur dalam hal ini tidak melaksanakan atau tidak memenuhi kewajiban prestasi perikatan sebagaimana mestinya tanpa adanya alasan yang sah. Tidak memenuhi kewajiban sebagaimana mestinya bisa: salah prestasi, atau tidak berprestasi.⁷⁴ Perlu dijelaskan di sini

⁷⁴ Suryati, *Hukum Perdata*, Yogyakarta:Suluh Media, 2017, h. 159.

tentang “tidak dapat atau tidak sempurna memenuhi suatu perikatan tidak selamanya merupakan sebuah wanprestasi”, kecuali memenuhi dua unsur yakni adanya peringatan (aanmaning atau somasi) dan unsur jika prestasi tidak dapat dilaksanakan karena adanya *overmacht*.⁷⁵

3. Akibat atau Hukuman Bagi Debitur Yang Wanprestasi

Dalam hal debitur melakukan wanprestasi, maka debitur dapat dikenakan sanksi yang berupa penggantian ongkos, ganti rugi serta pembayaran bunga. Hal tersebut telah diatur di dalam Pasal 1236, 1239, 1243, dan 1244 KUH Perdata. Kata dapat menunjukkan bahwa hal tersebut tidak selalu terjadi demi hukum, malahan hal tersebut harus dituntut oleh kreditur dan tentunya tidak tertutup kemungkinan adanya kesediaan debitur untuk melaksanakan pembayaran ganti rugi secara sukarela. Jika wanprestasi benar-benar menimbulkan kerugian kepada kreditur, maka debitur dalam hal ini wajib mengganti kerugian yang timbul. Akan tetapi untuk itu harus adanya hubungan sebab akibat atau *kausal verband* antara wanprestasi dengan kerugian yang timbul.

Tentang kerugian apa saja yang dapat dituntut kreditur, diatur di dalam Pasal 1246 KUH Perdata, yang

⁷⁵ I ketut Okta Setiawan,.....*Op.Cit.*, h. 20.

menentukan penggantian pengongkosan, kerugian dan bunga yang boleh dituntut oleh kreditur yaitu:

1. Kerugian yang diderita kreditur;
2. Keuntungan yang akan diperoleh seandainya perjanjian dipenuhi.

Kedua faktor tersebut dicakup dalam pengertian biaya, kerugian dan bunga. Suatu hal yang tidak dipisahkan dalam memperkirakan besarnya jumlah ganti rugi adalah perbandingan antara kedua keadaan prestasi dengan kerugian yang sungguh-sungguh terjadi. Terhadap kelalaian atau kealpaan, si berutang diancam beberapa sanksi atau hukuman. Hukuman ini timbul akibat dari debitur yang lalai, diantaranya:

1. Membayar kerugian yang diderita kreditur atau membayar ganti rugi (Pasal 1247 KUH Perdata). Ganti rugi ini sering diperinci dalam 3 unsur yaitu biaya (*konsten*), rugi (*schade*) dan bunga (*interesten*).⁷⁶ Biaya yang dimaksud dalam hal ini ialah segala pengeluaran atau pengongkosan yang nyata-nyata sudah dikeluarkan oleh satu pihak. Sedangkan yang dimaksud dengan rugi ialah segala sesuatu kerugian yang karena kerusakan

⁷⁶ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia : Dalam Perspektif Perbandingan* (Bagian Pertama), Yogyakarta: FH UII Press, 2013, h. 287.

barang-barang kepunyaan kreditur yang diakibatkan kelalaian debitur. Sedangkan dalam hal bunga yang dimaksudkan ialah kerugian yang berupa kehilangan keuntungan yang sudah dibayangkan (*winstderving*) atau dihitung oleh kreditur andai debitur tidak wanprestasi.⁷⁷

2. Pembatalan perjanjian (Pasal 1266 KUH Perdata). Pembatalan perjanjian yang dimaksudkan dalam hal ini adalah bertujuan untuk membawa kedua belah pihak kembali kepada keadaan semula sebelum perjanjian diadakan. Apabila dalam hal ini salah satu pihak telah menerima sesuatu dari pihak lain, baik uang maupun barang, maka itu harus dikembalikan. Masalahnya ialah pembatalan perjanjian karena kelalaian atau wanprestasi tidak secara otomatis membuat batal atau membatalkan sebuah perjanjian, tetapi yang dapat membatalkan perjanjian ialah hakim, karena dalam hal ini seorang hakim memiliki kekuasaan *discretioner* artinya bahwa kekuasaan untuk menilai besar kecilnya kelalaian debitur dibandingkan dengan

⁷⁷ *Ibid.*, h. 287-288.

beratnya akibat pembatalan perjanjian yang mungkin menimpa si debitur.

3. Peralihan resiko (Pasal 1237 ayat 2, Pasal 1460 KUH Perdata). Resiko ialah kewajiban untuk memikul kerugian jika terjadi sesuatu peristiwa di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa barang yang menjadi objek perjanjian.
4. Membayar biaya perkara, jika sampai sebuah perkara diperkarakan di pengadilan (Pasal 181 HIR). Seorang debitur yang lalai akan dikalahkan kalau sampai terjadi sesuatu perkara di muka hakim.

Apabila debitur dalam keadaan wanprestasi, maka kreditur dapat memilih diantara beberapa kemungkinan tuntutan sebagaimana yang disebutkan Pasal 1267 KUH Perdata, yaitu:

1. Pemenuhan perjanjian;
2. Pemenuhan perjanjian dengan ganti rugi;
3. Ganti kerugian;
4. Pembatalan perjanjian;
5. Pembatalan dengan ganti rugi.

Senada dengan pasal di atas Terjadinya wanprestasi pihak debitur dalam suatu perjanjian, membawa akibat yang tidak mengenakan bagi debitur, karena debitur harus:⁷⁸

- a. Mengganti kerugian;
- b. Benda yang menjadi objek perikatan, sejak terjadinya wanprestasi menjadi tanggung gugatdebitur;
- c. Jika perikatan timbul dari perikatan timbal balik kreditur dapat meminta pembatalan (pemutusan) perizinan.

4. Tanggung Jawab Hukum

Pertanggungjawaban menurut kamus Bahasa Indonesia terdapat 2 (dua) pengertian, yaitu: perbuatan bertanggung jawab, dan sesuatu yang dipertanggungjawabkan. Dalam Bahasa Inggris kalimat tanggung jawab memiliki beberapa pandangan kata, *responsibility*, *accountability*, dan *liability*.

Menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia, *responsibility* adalah pertanggungjawaban, tanggung jawab, *accountability* yaitu keadaan untuk dipertanggungjawabkan,

⁷⁸ Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, Bandung: Mandar Maju, 1994, h.11.

keadaan dapat dimintai pertanggung jawab, dan *liability* adalah pertanggungjawaban.⁷⁹

Maka dari itu tanggung jawab sendiri lebih ditekankan pada suatu kewajiban untuk menanggung yang bisa dikenakan, sedangkan pertanggungjawaban lebih pada adanya sesuatu yang harus dipertanggungjawabkan sebagai akibat dari suatu perbuatan yang dilakukan atau tindakan tertentu.⁸⁰

Kewajiban menanggung suatu akibat menurut ketentuan hukum yang berlaku merupakan pengertian dari istilah tanggung jawab hukum. Karena adanya peraturan hukum atau norma yang mengatur mengenai tanggung jawab, saat ada yang melanggar peraturan hukum atau norma hukum, maka pelakunya dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan peraturan hukum yang dilanggarnya. Berkaitan dengan hal tersebut, istilah pertanggungjawaban hukum lebih dirasa tepat untuk digunakan, meskipun kadang-kadang istilah keduanya digunakan secara bergantian karena memiliki kesamaan makna.⁸¹ Tanggung jawab berdasarkan kelalaian

⁷⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi kedua, Ctk. I, Jakarta: Balai Pustaka, 1991, h. 1006.

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ *Ibid.*, h. 96.

produsen berakibat munculnya kerugian bagi konsumen, untuk itu hak konsumen untuk mengajukan ganti rugi kepada produsen.⁸²

Tanggung jawab dalam Hukum Perdata dibagi menjadi dua, yang pertama tanggung jawab akibat terjadinya wanprestasi, dan yang kedua tanggung jawab yang timbul akibat perbuatan melawan hukum. Tanggung jawab berdasarkan wanprestasi merupakan bagian dari *contractual liability*. Prinsip ini merupakan upaya produsen dalam memenuhi janjinya kepada konsumen. Penerapan ganti rugi akibat wanprestasi yang dilakukan produsen ini bersifat wajib atau mutlak, yang artinya ketika konsumen tetap mengalami kerugian walaupun produsen sudah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian tersebut. Namun prinsip ini tetap memiliki kelemahan seperti adanya pembatasan waktu gugatan, persyaratan pemberitahuan, kemungkinan adanya bantahan serta persyaratan hubungan kontrak.⁸³

⁸² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004, h. 148.

⁸³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2013, h. 86-92.

Apabila tuntutan ganti kerugian didasarkan pada wanprestasi, maka terlebih dulu tergugat dengan penggugat (produsen dengan konsumen) terikat suatu perjanjian. Pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugiakan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi. Ganti kerugian yang diperoleh karena adanya wanprestasi merupakan akibat tidak dipenuhinya kewajiban utama atau kewajiban tambahan yang berupa kewajiban atas prestasi utama atau kewajiban jaminan/garansi dalam perjanjian. Bentuk-bentuk wanprestasi ini dapat berupa:⁸⁴

- a. Debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali;
- b. Debitur terlambat dalam memenuhi prestasi;
- c. Debitur berprestasi tidak sebagaimana mestinya.

Dalam tanggung gugat berdasarkan adanya wanprestasi, kewajiban untuk membayar ganti kerugian tidak lain daripada akibat penerapan klausula dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum oleh kedua belah pihak secara sukarela tunduk berdasarkan perjanjian yang mereka buat. Mengingat perikatan yang mereka buat secara sah dan sukarela, berdasarkan ketentuan Pasal 1338 ayat (1)

⁸⁴ Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, Bandung: Mandar Maju, 1994, h.11.

KUHPerdata berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.⁸⁵

Namun mengenai ganti rugi yang dapat dituntut, menurut Pasal 1248 KUHPerdata menyebutkan beberapa unsur, diantaranya:⁸⁶

1. Biaya (*kosten*) segala pengeluaran yang nyata-nyata sudah dikeluarkan;
2. Rugi (*schadein*) ialah kerugian karena kerusakan barang milik kreditur akibat kelalaian debitur;
3. Keuntungan (*interessen*) ialah kerugian akibat hilangnya keuntungan yang diharapkan.

D. E-commerce

1. Pengertian E-commerce

Electronic commerce atau yang disingkat dengan *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet

⁸⁵ I ketut Okta Setiawan,.....*Op.Cit.*, h. 1.

⁸⁶ *Ibid.*, h. 21

merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.⁸⁷

Istilah *e-commerce* yang didefinisikan oleh Julian Ding, “*Electronic commerce or E-commerce at as is also known, is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence or parties is not required, and medium exist in a public network or system as opposed to private network (close system). The public network system must be considered an open system (e.g. the internet or world wide web). The transaction concluded regardless of national boundaries or local requirements*”.⁸⁸

Dalam pengertian ini yang dimaksud dengan *e-commerce* adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang

⁸⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung: Nusa Media, 2017, h. 11.

⁸⁸ *Ibid.*

secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam *public network* atas sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup). Dan sistem *the public network* ini harus mempertimbangkan sistem terbuka.

Kamus *Black's Law Dictionary seventh edition* mendefinisikan *e-commerce* dengan “*e-commerce: the practice of buying and selling goods and services through online consumer services on the internet. The e, a shortened form of electronic, has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction.*”⁸⁹

E-commerce adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen *online* di internet. Modal transaksi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic transaction*. Adapun pengertian *electronic transaction* dalam kamus yang sama dijelaskan pula bahwa *electronic commerce* adalah:

“*A transaction formed by electronic messages in which the messages of one or both parties will not be reviewed by an individual as an expected step in forming a contract*”.

⁸⁹ *Ibid.*, h. 12.

Menurut *Electronic Commerce Expert Group* (ECEG) Australia, *e-commerce* adalah “*Electronic commerce is a broad concept that covers any commercial transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI, internet and the telephone.*”⁹⁰ Berdasarkan pengertian yang diberikan ECEG-Australia, *e-commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam arti kata tidak hanya media internet yang dimaksud, tetapi juga melingkupi semua transaksi perdagangan melalui media elektronik lainnya, seperti; facsimile, telex, EDI dan telepon.

Dari pengertian di atas bisa kita simpulkan bahwa *E-commerce* diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi informasi dan elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, service, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak.

⁹⁰ <http://www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/single.htm>, diakses pada tanggal 19 April 2019.

2. Perkembangan Perjanjian Jual Beli menjadi *E-Commerce*

Awal mula terjadinya perjanjian jual beli karena adanya suatu penawaran. Penawaran ini bisa dari penjual maupun pembeli. Misalnya penjual melakukan penawaran atas suatu barang dengan harga yang telah ditentukan. Penawaran tersebut disampaikan dapat secara lisan maupun tertulis kepada pembeli. Apabila penawaran tersebut diterima maka terjadilah kata sepakat yang dituangkan dalam bentuk pernyataan kehendak. Dengan adanya kata sepakat itulah maka lahir pula perjanjian jual beli.

Perjanjian jual beli pada zaman modern ini sudah sangat berkembang. Perkembangan ini salah satunya terlihat dari media yang dipakai dalam melaksanakan yaitu contohnya media elektronik. Perjanjian jual beli yang dilakukan dengan memanfaatkan *cyberspace* ini disebut dengan *e-commerce* yang kemudian muncul istilah jual beli *online*. Jual beli *online* itu sendiri adalah perdagangan atau proses jual beli yang menggunakan internet sebagai medianya. Lainnya, jual beli *online* juga dapat diartikan sebagai transaksi jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen dimana pembelian serta pemesanan barangnya dilakukan melalui *cyberspace*. Para pihak dalam kegiatan jual beli *online* tidak perlu lagi beratap muka untuk melakukan suatu transaksi. Transaksi dilakukan secara elektronik menggunakan media internet

dengan sarana media sosial seperti Facebook, Instagram, Website, maupun media sosial chat room seperti Line, Whatsapp, dan lain sebagainya.

Karena jual beli *online* ini basisnya adalah transaksi jual beli praktis yang tidak harus dilakukan secara langsung atau *face to face* maka tidak dapat dihindari banyak masalah hukum yang timbul. Masalah hukum tersebut sering kali perihal *advertisement* atau iklan. Tindakan-tindakan pelanggaran iklan yang pada umumnya dilakukan pelaku usaha berupa iklan yang tidak memenuhi syarat karena produk yang tidak terdaftar, iklan suatu produk yang belum mendapatkan persetujuan, iklan obat atau kosmetik yang tidak sesuai dengan rancangan yang telah disetujui, dan lain sebagainya.⁹¹

Hal-hal seperti itu memperlihatkan bahwa pelaku usaha cenderung tidak memenuhi persyaratan dalam menyampaikan iklan. Sudah banyak pula pengaduan konsumen melalui rubrik advokasi konsumen atau kolom pembaca di beberapa surat harian terkemuka di Indonesia.⁹² Berbagai alasan dikemukakan pelaku usaha salah satunya

⁹¹ Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumeren (Terhadap Periklanan yang Menyesatkan)*, Bogor:Gahlia Indonesia, 2010, h. 4.

⁹² *Ibid.*, h. 5

strategi advertising agar iklan mereka dapat membujuk konsumen untuk membeli produk atau jasa yang mereka tawarkan. Namun tidak hanya iklan yang menyesatkan saja, barang yang tidak sampai ataupun barang sampai tapi tidak tepat pada waktu yang diperjanjikan juga dapat digolongkan sebagai suatu perbuatan yang dapat menggagalkan prestasi yang dilakukan oleh penjual.

3. Para Pihak Yang Terlibat Dalam Transaksi *E-commerce* Dan Beberapa Model Transaksi *Online*

Pihak-pihak dalam transaksi jual beli melalui *online* atau melalui internet *e-commerce* pada dasarnya sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, namun karena tidak bertemunya secara langsung antara penjual dengan pembeli maka dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak hanya terjadi antara pengusaha dengan konsumen saja, namun yang akan terjadi dalam transaksi jual beli secara elektronik atau *e-commerce* melibatkan pihak-pihak lain tergantung dengan model kegiatan bisnis elektronik atau bisnis *e-commerce* apa yang dilakukan.

Dalam transaksi jual beli melalui internet, pihak-pihak yang terkait antara lain:⁹³

- a. Penjual atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha;
- b. Pembeli atau konsumen, yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha;
- c. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara, dalam hal ini adalah bank;
- d. Kurir atau jasa pengiriman yang menjadi salah satu akses pengiriman barang.
- e. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

⁹³ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2005, h. 65

Selain dampak dari para pihak yang akan semakin banyak, dampak lain dari *e-commerce* juga akan menimbulkan beberapa model bisnis dalam *e-commerce*, di mana berdasarkan sudut pandang para pihak dibagi menjadi.⁹⁴

a. *Business to Business* (B2B)

Merupakan kegiatan bisnis *e-commerce* yang paling banyak dilakukan. Transaksi ini terjadi antar perusahaan di mana dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan.⁹⁵

b. *Business to Customer* (B2C)

Merupakan transaksi ritel dengan pembeli individual. Selain itu *business to customer* juga dapat berarti mekanisme toko *online* (*electronic shopping mall*) yaitu transaksi antara *e-mERCHANT* dengan *e-customer*.

c. *Customer to Customer* (C2C)

Merupakan transaksi jual beli yang terjadi antara individu dengan individu yang akan saling menjual barang. Dan juga seorang individu yang

⁹⁴ Edmon Makarim, Pengantar....*Op.cit.*, h. 75.

⁹⁵ <http://www.cert.or.id/-budi/articles/1999-02.pdf>, diakses pada tanggal 19 Juni 2019.

mengiklankan produk barang atau jasa, pengetahuan, maupun keahliannya disalah satu situs lelang.

d. *Customer to Business (C2B)*

Merupakan transaksi jual beli yang terjadi antara individu sebagai penjual dengan sebuah perusahaan sebagai pembelinya.

e. *Customer to Government*

Merupakan transaksi jual beli yang dilakukan antara individu dengan pemerintah, misalnya dalam pembayaran pajak.⁹⁶

⁹⁶ <http://www.cert.or.id/-budi/articles/1999-02.pdf>, diakses pada tanggal 19 Juni 2019.

BAB III

PRAKTEK JUAL BELI *ONLINE* PADA PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA

A. Sejarah Singkat PT. Shopee Internasional Indonesia

Shopee yang jika ditulis dalam bahasa *Hanzi* (Tionghoa) 蝦皮購物⁹⁷ adalah *marketplace* atau perdagangan elektronik yang merupakan bagian dari ekosistem aplikasi dan *platform* sosial yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group (Sebelumnya dikenal sebagai Garena⁹⁸).

Sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* dengan memanfaatkan *marketplace*, *shopee* merupakan aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara *online* dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaanya untuk melakukan kegiatan berbelanja dan menawarkan berbagai macam produk mulai dari *fashion* hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari secara langsung melalui *smartphone* tanpa harus menggunakan perangkat komputer.

Selain itu, perusahaan yang berpusat di Singapura ini memiliki tujuan untuk terus berkembang menjadi *platform e-*

⁹⁷ *xiā pí gòu wù*.

⁹⁸ Garena, sebuah perusahaan internet yang berbasis di Singapura, yang belakangan ini membuat formulasi baru dalam dunia *unicorn* teknologi. Perusahaan ini mengumumkan perubahan nama perusahaan menjadi 'Sea' Ltd., yakni singkatan dari *Southeast Asia* atau Asia Tenggara.

commerce pilihan utama di Indonesia pada khususnya dan menjadi *platform e-commerce* pilihan utama di Asia Tenggara dan Taiwan pada umumnya.

Shopee berkomitmen untuk terus meningkatkan *platform* dalam bidang *e-commerce* dengan memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan menyenangkan bagi semua penggunanya. Di mana untuk mendukung hal itu *Shopee* memiliki beragam pilihan kategori produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai kebutuhan bulanan.

Total dari semua produk yang disediakan oleh *shopee* yakni 26 kategori di antaranya : Pakaian Pria, Pakaian Wanita, *Handphone & Aksesories*, Kecantikan, Komputer & *Aksesories*, Perlengkapan Rumah Tangga, *Fashion* Bayi & Anak, Ibu & Bayi, Sepatu Pria, Sepatu Wanita, Tas Pria, Tas Wanita, Jam Tangan, *Fashion* Muslim, Elektronik, *Aksesories Fashion* seperti kacamata, Kesehatan, Hobi & Koleksi, Fotografi, Makanan & Minuman, Olahraga & *Outdoor*, *Otomotif*, *Voucher*, Buku & Alat Tulis, Serba Serbi, *Souvenir* & Pesta. Serba-serbi.

Dari 26 kategori yang telah disebutkan, masing-masing kategori di dalamnya masih terdapat berbagai macam item yang jika dihitung dari total keseluruhan lebih kurang 242 item yang tersedia di *shopee*. Tentunya hal ini semata-mata untuk meningkatkan dan memudahkan pengguna dalam

mencari dan memenuhi semua barang ataupun kebutuhannya. Di mana hal ini senada dengan selogan utamanya ”Shopee apa aja ada”.

Sebagai salah satu *platform* raksasa dalam bidang *e-commerce*, *Shopee* pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, di bawah naungan SEA group Ltd atau dulu dikenal dengan nama Garena yang merupakan sebuah perusahaan internet berbasis di Singapura yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Di mana Chris Feng terpilih sebagai CEO (*Chief Executive Office*) *shopee* pada saat itu dan dipercaya sampai sekarang. Dia merupakan salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada.

Awal kemunculan *shopee* dalam dunia *e-commerce* merupakan akibat dari perubahan nama asal Perusahaan dari Garena menjadi SEA Group yang menjadikan *shopee* sebagai *platform e-commerce mobile first* SEA group. Selain itu *shopee* juga disebut sebagai pasar *mobile-sentris* sosial pertama. Karena pengguna dapat menjelajahi, berbelanja, menjual kapan saja dan melakukan pembayaran di manapun. Hal ini tentunya karena terintegrasi dengan baik dukungan logistik dan pembayaran yang bertujuan untuk membuat belanja *online* mudah dan aman bagi para penggunanya baik penjual maupun pembeli.

Selain faktor dukungan integrasi yang baik, faktor yang mendukung perkembangan *shopee* ialah ekspansi perusahaan dalam memperluas jangkauannya secara serentak di 7 negara Asia yakni : Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Tentunya perluasan ini didukung oleh masuknya sejumlah investor baru seperti Cathay Financial⁹⁹ dan GDP Venture¹⁰⁰, yang mendukung dorongan agresif SEA group.

Di Indonesia *shopee* berada dalam naungan PT. *Shopee* Internasional Indonesia yang beralamat di Pacific Century Place, tower lantai 26 SCBD (Sudirman Central Business District) Lot 10. Jl. Jendral Sudirman No. 52-53 RT.5/RW.3. Senayan, Kec. Kebayoran lama, kota Jakarta Selatan. Daerah Khusus Ibu kota Jakarta. 12190.

Pencapaian *shopee* dalam bidang *e-commerce* tidak diragukan lagi, berbagai pencapaian seperti elemen *mobile* yang dibangun sesuai konsep perdagangan elektronik global,

⁹⁹ Bank yang dibentuk oleh penggabungan di *United World Chinese Commercial Bank* dan *Cathay United Bank* bermarkas di Taipei, Taiwan dan melakukan bisnis di seluruh Taiwan dengan lebih dari 108 kantor cabang menyediakan 4 lini produk utama: perbankan korporasi, perbankan konsumen, manajemen kekayaan dan kartu kredit. Saat ini ada 8 kantor luar negeri yang berlokasi di Cina, Wilayah Asia Tenggara dan Amerika Serikat.

¹⁰⁰ perusahaan investasi di bisnis konsumsi melalui internet dan aktif berinvestasi di perusahaan rintisan asal Indonesia. pembangun usaha untuk komunitas digital, media, perdagangan, dan perusahaan solusi di industri internet konsumen. Perusahaan ini bergerak di bidang Venture Capital.

menjadikan *Shopee* menjadi salah satu dari 5 *startup e-commerce* yang paling *disruptif* atau dalam kata lain perusahaan yang sukses tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini, namun mengantisipasi kebutuhan mereka di masa depan.

Pengguna *shopee* di Indonesia pada tahun 2017 ada sekitar sepuluh juta lebih pengunduh yang telah berlangganan di *shopee*. Banyaknya pengguna aplikasi ini tentunya ada fasilitasi yang diberikan *shopee*, di mana kemudahan bagi penjual untuk memasarkan dagangannya serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Sehingga kepercayaan serta kemudahan dalam menarik para pengguna untuk memasang dan *download* aplikasi *shopee* setiap harinya meningkat sebagai upaya untuk menunjang kebutuhan dalam berbelanja *online*.

Data terakhir yang dikutip dari hasil riset *Snapcart* soal *e-commerce* di Indonesia, terkuak bahwa *Shopee* merupakan *e-commerce* paling populer dan paling sering digunakan *user* tahun 2018.¹⁰¹ Di mana dalam hal ini *Shopee* unggul dengan skor *awareness* 81 dan penggunaan terbanyak, mengalahkan

¹⁰¹ <http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>, diakses pada 19 Juli 2019.

Lazada yang berada di peringkat ke-2 dengan skor 78, diikuti oleh Tokopedia yang berada di posisi ke-3 dengan skor 80.¹⁰²

Pada laman *shopee* di tahun 2019, menunjukkan angka lebih dari dua ratus juta kali pengunduhan aplikasi dilakukan dan lebih dari tujuh juta lebih penjual aktif dari tujuh pasar yang tersebar di beberapa Negara dengan fitur dan system operasional yang menjadi salah satu komitmen mereka yakni dengan menyesuaikan transaksi sesuai dengan budaya lokal.¹⁰³

Nilai-nilai lain dalam *shopee* yang selalu menjadi komitmen dalam perusahaan mereka selain menyesuaikan dengan budaya lokal ialah :

1. *Serve*

Di mana mereka beranggapan bahwa Pelanggan adalah satu-satunya penentu dari nilai produk dan layanan yang *shopee* berikan. *Shopee* dalam hal ini berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi dan melayani yang tak terlayani.

¹⁰² <https://jurnaljakarta.com/berita-10676-dengan-hasil-riset-snapcart-shopee-menjadi-econmmmerce-dengan-frekuensi-belanja-tertinggi.html>. diakses pada 19 Juli 2019.

¹⁰³ <https://careers.shopee.sg/> diakses pada 28 juli 2019.

2. *Run*

Kami berada dalam perlombaan konstan untuk sukses. *Shopee* akan bergerak lebih cepat, lebih baik dan dengan lebih tepat setiap harinya.

3. *Stay humble*

Dalam hal ini *shopee* telah menempuh perjalanan jauh dari usaha awal perusahaan yang sederhana. Namun, *shopee* tidak pernah kehilangan kerendahan hati dalam pencarian perkembangan demi mencapai kesuksesan yang lebih besar.

4. *Adapt*

Perubahan yang cepat adalah satu-satunya hal konstan dalam era digital ini. Di mana dalam hal ini *shopee* mencoba untuk merangkul perubahan, merayakannya dan selalu berusaha untuk menjadi pemikir terdepan yang mempengaruhi hal itu.

5. *Commit*

Pekerjaan kami adalah komitmen kami. Kami berkomitmen terhadap nilai, institusi, pelanggan dan mitra kami. Kami saling berkomitmen. Yang terpenting, kami berkomitmen untuk melakukan yang terbaik dan menjadi yang terdepan.¹⁰⁴

¹⁰⁴ <https://careers.shopee.sg/about/> diakses pada 28 Juli 2019.

B. Sistem Transaksi Bisnis yang Digunakan *Shopee*

Berkaitan dengan sistem transaksi yang digunakan *shopee*, ada beberapa hal yang tentu berbeda dengan situs layanan jual beli *online* pada umumnya. Di mana transaksi yang sering digunakan pada *marketplace* atau situs jual beli *online* lainnya hanya menggunakan satu model transaksi bisnis yakni *consumer to consumer* (C2C). Sedangkan model transaksi bisnis yang digunakan pada *shopee* ialah menggunakan dua sistem transaksi bisnis yakni, C2C (*Consumer to Consumer*) dan B2C (*Business to Consumer*).

Model transaksi bisnis dengan model C2C atau *consumer to consumer* merupakan model transaksi bisnis di mana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya,¹⁰⁵ atau bisa dikatakan bahwa pada model bisnis C2C ini adalah, mereka yang melakukan transaksi jual beli adalah individu ke individu. Biasanya menggunakan media pihak ke-3 untuk menyimpan barang yang akan dijual.

Dalam transaksi bisnis model ini *shopee* berperan sebagai pihak ke-3 yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, di mana *shopee* menyediakan sarana penjualan dari pengguna ke pengguna lain, di mana pun dan siapa pun dalam hal ini bisa membuka toko *daring* (*marketplace online*) untuk

¹⁰⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung:Nusamedia,2017, h. 34.

kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk, seperti sepeda, ponsel, perlengkapan bayi, *gadget*, aksesoris *gadget*, komputer, tablet, perlengkapan rumah tangga, busana, elektronik, dan lain-lain.

Berbeda dengan sistem transaksi bisnis C2C (*Consumer to Consumer*). Sistem transaksi bisnis dengan B2C (*Business to Consumer*) Pada model bisnis B2C ini, pelaku bisnis langsung menjual ke pelanggan dengan bantuan menggunakan fasilitas Internet, hal ini lantas banyak menguntungkan karena untuk menjangkau pelanggan tidaklah sulit, jarak dekat dan jauh pun dapat dijangkaunya.

Pelanggan tersebut dapat memilih produk yang ditampilkan pada situs tersebut, membelinya dan melakukan transaksi dalam situs tersebut. Biasanya sistem sudah dilakukan secara otomatis, pelaku bisnis akan memberikan konfirmasi via email untuk konfirmasi transaksi dan pengiriman barang yang sudah dibeli. Dan biasanya pembelian produk / jasa ini langsung dibayar secara *cash* atau menggunakan pembayaran non tunai. Penggunaan system transaksi bisnis B2C (*Business to consumer*) ini merupakan akibat dari tambahan model transaksi yang dilator belakangi karena *shopee* menambahkan fitur *shopee.mall*.

Selain itu transaksi bisnis dengan menggunakan B2C (*Business to Consumer*) juga memiliki karakteristik tersendiri, di mana karakteristik tersebut adalah :¹⁰⁶

Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan ke umum, seperti :

- a. Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanismen yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis web;
- b. Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). *Consumer* melakukan inisiatif dan produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan;
- c. Pendekatan klien/ server sering digunakan di mana diambil asumsi klien (*consumer*) menggunakan system yang minimal (berbasis web) dan *processing* (*business procedure*) diletakan di sisi server.

¹⁰⁶ <http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf>, diakses pada tanggal 19 Juli 2019.

C. 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*.

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.

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.

Contoh halaman awal atau *home page* dari *shopee* yang terdiri dari 26 kategori yang mewakili dari barang-barang kebutuhan sehari-hari dan perlengkapan lainnya. terlihat seperti gambar di bawah.



Gambar.1, Tampilan Awal Shopee.co.id

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:

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.

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*.



Gambar 2 Laman pendaftaran akun pengguna baru *shopee.co.id*

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.

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.



Gambar 3 Proses pengisian alamat tujuan Dan besaran ongkos kirim yang harus dibayar



Gambar 4 penyelesaian pesanan

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.

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).

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.¹⁰⁷

Untuk mempermudah pengklasifikasian pembayaran, di bawah ini akan dibedakan beberapa pembayaran yang tersedia di *shopee* sekaligus biaya penanganan yang harus dibayar oleh konsumen.

¹⁰⁷ Sella Nania A, selaku *Buyyer*, *Wawancara*, Semarang. 5 Agustus 2019.

Metode pembayaran	Biaya Penanganan (termasuk PPN)
Kartu debit atau kartu kredit	<ul style="list-style-type: none"> • 1,5% dari nilai transaksi
Cicilan kartu kredit dengan tenor 3, 6, dan 12 bulan	<ul style="list-style-type: none"> • 2,5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 3 bulan • 3,5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 6 bulan; dan • 5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 12 bulan.
Cicilan kartu kredit dengan tenor 18 bulan	<ul style="list-style-type: none"> • 4% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari BRI; • 5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari Bank Mandiri dan BTN; • 8% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari Bank Permata, Bank MNC, Citibank, Standard Chartered Bank, PT Bank DBS (ANZ), Bank HSBC, OCBC, UOB;
Cicilan kartu kredit dengan tenor 24 bulan	<ul style="list-style-type: none"> • 4% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari BRI; • 5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari Bank Mandiri dan BTN; • 10% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari Bank Permata, Bank MNC, Citibank, CIMB, Maybank, Bank HSBC, OCBC.
Pembayaran via Akulaku	1,5% dari nilai transaksi
Pembayaran via Alfamart	IDR 2.500 per transaksi
Pembayaran via Indomaret	IDR 2.500 per transaksi
Metode pembayaran	Biaya Penanganan (termasuk PPN)
Kartu debit atau kartu kredit	<ul style="list-style-type: none"> • 1% dari nilai transaksi
Cicilan kartu kredit	<ul style="list-style-type: none"> • 1,6% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 3 bulan

	<ul style="list-style-type: none"> • 1,7% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 6 bulan; dan • 2% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 12 bulan.
Pembayaran via Alfamidi	IDR 2.500 per transaksi
Pembayaran via Ceriamart	IDR 2.500 per transaksi

D. Strategi *Marketplace Shopee* dalam Menjamin Perlindungan Konsumen Serta Memberikan Keuntungan Kepada Konsumen

Setiap inovasi baru yang diberikan oleh masing-masing *marketplace* dalam dunia *e-commerce* tentu akan selalu berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik bagi para penggunanya agar selalu dipercaya dan tidak lekang oleh waktu.

Strategi *marketplace Shopee* yang berhasil menyumbang pertumbuhan Sea group mencapai 4.7% atau dua kali lipat lebih besar dibandingkan *market* Eropa (1.7%), dan USA (1.6%), kini *Shopee* bertujuan membuat inovasi melalui tiga strategi bisnis terbaru.

Strategi tersebut terdiri dari *Seller Empowerment*, *Expand Market Segments*, dan *Official Shops*. Yang bertujuan untuk meningkatkan strategi tambahan yang akan *shopee* gunakan demi terciptanya pertumbuhan hingga *double digit* dan meningkatkan kepercayaan dalam berbelanja *online* dan memberikan perlindungan kepada konsumen.

Strategi *Seller Empowerment* dilakukan *Shopee* dengan meningkatkan kualitas penjual. Di mana dalam hal ini *Shopee* berupaya membangun komunitas penjual yang kuat dengan beragam aktivitas, diantaranya *Kampus Shopee* yang diadakan di Indonesia. Hal ini bertujuan selain memperkenalkan *shopee* kepada kaum *milenial* juga untuk memberikan pengetahuan seputar transaksi *e-commerce* khususnya jual beli *online* yang dilakukan di *shopee* khususnya dalam dunia kampus.

Selain itu, tujuan adanya kegiatan. *Kampus Shopee* juga merupakan kegiatan yang diinisiasi dalam bentuk edukasi yang dapat mendukung penjual mengembangkan kemampuan bisnis mereka.

Aktivitas yang dilakukan *Shopee* sejak tahun 2016 ini tengah berlangsung di 13 kota di Indonesia, dan berhasil menjangkau 900 peserta. Tidak sebatas itu, *Shopee* pun menggandeng *partner* strategis yang dapat menginspirasi para penjual *Shopee*, diantaranya *Facebook* serta idola-idola kaum *millennial* seperti yang belum lama ini digandeng oleh *shopee* ialah artis muda Prilly Latuconsina, David *gatget-In*, Arif Muhammad dan artis lainnya.

Selain strategi di atas, strategi tambahan lainnya yang dilakukan oleh *shopee* adalah *Expand Market Segments*. Hal ini dipilih karena melihat tingginya aktivitas belanja *online* di

Asia Tenggara, sehingga mendorong *Shopee* untuk menumbuhkan portofolio produk bagi pembeli *Shopee*.

Indonesia sebagai penyumbang terbesar pada bisnis *Shopee* yakni sekitar 40% telah menerapkan strategi ini melalui kerja sama dengan beberapa *brand* seperti L'Oreal dan Oppo. Cara ini sekaligus menjadi implementasi dari strategi bisnis *Shopee* berikutnya, *Official Shops Shopee*.

Strategi ekspansi *Official Shops Shopee* pada dasarnya memiliki kesamaan dengan *Expand Market Segments*. Keduanya saling bersinergi untuk menjangkau lebih banyak segmen pembeli melalui penambahan angka portofolio penjual dan produk.

Selain tiga strategi yang diterapkan *shopee* untuk menjamin kepercayaan penggunanya. *Shopee* kembali memperkenalkan strategi kampanye baru. Di mana *shopee* Indonesia menggalakkan kampanye “Garansi Harga Termurah, Uang Kembali 2x Lipat”, yang menawarkan 20.000 produk dengan harga termurah dari beragam kategori.

Shopee Indonesia mengklaim bahwa produk yang ditawarkan dalam aplikasinya merupakan yang termurah, dibandingkan dengan *platform* lainnya. Karenanya, jika pembeli menemukan harga termurah untuk produk yang sama di *platform* lain, *Shopee* akan memberikan kompensasi berupa *voucher* belanja senilai dua kali dari perbedaan harga yang

ditemukan. Tentu saja hal ini merupakan salah satu strategi bagi *shopee* untuk selalu memberikan keuntungan kepada para penggunanya dengan memberikan pengguna belanja *online* di Indonesia apa yang mereka inginkan, yaitu penawaran dengan harga produk *online* termurah di seluruh kategori.

Tidak cukup sampai disitu, untuk menambah kenyamanan penggunanya, *Shopee* juga memastikan penggunanya untuk dapat berbelanja dengan aman dan nyaman, melalui strategi garansi *Shopee*. Di mana dalam hal ini *shopee* hanya akan melepaskan pembayaran kepada penjual, ketika pembeli telah menerima produk dalam kondisi baik. Serta gratis biaya pengiriman ke seluruh Indonesia.

Pada dasarnya, strategi yang dilakukan oleh *shopee* merupakan inovasi produk dan layanan yang didesain menyesuaikan dengan kebutuhan penjual dan pembeli, di mana hal ini tentu dapat senantiasa menghadirkan pengalaman berbelanja *online* yang mudah dan nyaman bagi semua pengguna serta memberikan jaminan terhadap setiap transaksi yang dilakukan.

BAB IV

ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN AKIBAT ADANYA WANPRESTASI YANG DISEBABKAN OLEH PELAKU USAHA

A. Instrumen Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Perkembangan transaksi elektronik atau lazimnya kita kenal dengan *e-commerce* di Indonesia beberapa tahun ini semakin tumbuh dengan pesat. Lembaga riset asal Inggris *Merchant Marchine* mengatakan bahwa pertumbuhan *e-commerce* Indonesia memimpin jajaran Negara-negara seperti Meksiko, Filipina, Kolombia, UEA, Vietnam, Arab Saudi, Israel, India dan Tiongkok. Dengan pertumbuhan 78% pada 2018.¹⁰⁸

Hal yang sama dikatakan oleh Riset Google dan Temasuk dalam laporannya *e-Conomy SEA 2018* menyatakan bahwa GMV (*Gross Merchandise Value*) atau keseluruhan total penjualan serta volume transaksi melalui *platform* yang dimiliki perusahaan industri *e-commerce* di Indonesia menyumbang US\$ 12,2 miliar ditahun 2018.¹⁰⁹ Tentu dana

¹⁰⁸<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>, diakses 24 Juli 2019.

¹⁰⁹ Berita Online Tempo.co.id, diakses pada 24 Juli 2019.

akan terus mengalami kenaikan seiring perkembangan teknologi dan inovasi dalam dunia *e-commerce*.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia tentu saja dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakatnya. Di mana dulu mereka berbelanja menggunakan metode dengan sistem belanja konvensional atau bertemunya secara langsung antara penjual dengan pembeli, dengan berjalannya waktu, jual beli dengan metode konvensional sekarang sudah berubah menjadi sistem jual beli dengan menggunakan perangkat internet atau *online* meskipun tidak semuanya masyarakat telah menggunakannya.

Selain gaya hidup masyarakat yang berubah, tentu saja salah satu faktor pendukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia di pengaruhi oleh banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet, di mana jumlah pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Data yang dihimpun oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia) dan polling Indonesia, pada 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,26 Juta masyarakat yang menggunakan internet. Dan di tahun 2018 bertambah 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan internet. Artinya penetrasi pengguna internet di tanah air meningkat menjadi

64,8 % dari total penduduk yang mencapai 264,16 juta jiwa.¹¹⁰

Selain membawa dampak positif bagi perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia, tentunya ada dampak negatif dari perkembangan dan pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi ini yang menimbulkan permasalahan-persamalahan baru dalam dunia ekonomi dan bisnis yang kemudian harus ditemukan cara penyelesaiannya menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, mengingat Negara Indonesia adalah Negara hukum.

Pada dasarnya instrumen 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

¹¹⁰<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>. diakses pada 24 Juli 2019.

tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.¹¹¹

Diantara kedua bentuk perlindungan hukum di atas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan (regulasi) merupakan instrumen/sarana yang paling efektif digunakan mengingat ketentuan perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat perjanjian serta pemerintah melalui perangkatnya dapat memaksakan pemberlakuan undang-undang tersebut.

Pemberlakuan hukum di bidang *e-commerce* dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet, sebenarnya sudah ada sejak tahun 2008 dengan dikeluarkannya peraturan perundang-undangan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), dengan dasar pertimbangan bahwa pembangunan nasional adalah suatu proses yang berkelanjutan yang harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat.¹¹²

¹¹¹ Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi perdagangan melalui media electronic commerce*, Jakarta: Ellips Media, 2009, h. 61.

¹¹² Mufid, *Wawancara*, Semarang. 1 Agustus 2019.

Dalam Pasal 1 butir 2 UUIE, disebutkan bahwa *Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya*. Transaksi jual beli secara elektronik (*e-commerce*) merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut. Kontrak elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.

Transaksi elektronik yang melibatkan para pihak dari dalam negeri dan terjadi di wilayah yuridiksi Negara Indonesia, tidaklah sulit untuk menetapkan aturan hukum yang berlaku apabila terjadi suatu permasalahan. Secara otomatis *the applicable law* (ketentuan hukum yang dapat digunakan) adalah hukum Indonesia, sehingga baik *Burgelijk Wetboek* (BW), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta turunannya dapat diterapkan untuk menyelesaikan sengketa yang nantinya akan timbul. Namun bagi transaksi perdagangan lintas negara yang bukan menjadi yuridiksi Negara Indonesia, penyelesaian sengketa akan dilakukan oleh forum yang dipilih oleh para pihak dengan menggunakan hukum yang telah dipilih pula oleh para pihak dalam kontrak elektronik.

Dasar Penyelesaian sengketa yang timbul di Negara yang mana bukan menjadi yuridiksi Negara Indonesia, dalam Pasal 38 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sendiri memberikan ketentuan bahwa *“Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian”*.

Menurut pasal ini, masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Lebih lanjut Pasal 39 UUIITE menjelaskan bahwa :

“Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Selain penyelesaian secara gugatan perdata, para pihak juga dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan”.

Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 23 UUPK yang memberikan kepada lembaga yang memiliki kewenangan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

“Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen”.

Menurut instrument hukum yang berlaku di Indonesia, gugatan terhadap suatu perkara perdata dapat didasarkan atas dua alasan, yaitu wanprestasi dan perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatigedaad*). Adapun landasan hukumnya didasarkan pada ketentuan Buku III pasal 1243 BW untuk wanprestasi dan pasal 1365 BW untuk perbuatan melanggar hukum.

Terjadinya gugatan wanprestasi tentu saja berangkat dari adanya suatu hubungan hukum kontraktual (perjanjian) antara para pihak, sehingga melahirkan hak dan kewajiban hukum bagi para pihak yang melakukan perjanjian. Di mana hak dan kewajiban di sini diwujudkan dengan apa yang disebut sebagai prestasi (*performance*). Pada saat prestasi tidak dipenuhi/ tidak dilaksanakan/ dilaksanakan tidak sebagaimana mestinya menurut perjanjian yang disepakati oleh para pihak, maka lahir apa yang dinamakan wanprestasi (cidera janji).

Sedangkan pada gugatan terhadap perbuatan melanggar hukum, yang menjadi dasar gugatannya adalah kepentingan pihak tertentu yang dirugikan oleh perbuatan pihak lainnya, meskipun di antara para pihak tidak terdapat suatu hubungan

hukum keperdataan yang bersifat atau berawal dari kontraktual (perjanjian).

Untuk kasus kerugian terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* dalam transaksi jual beli *online* yang disebabkan oleh penjual, apabila timbul sebuah permasalahan dan ada tujuan untuk melakukan sebuah gugatan, akan lebih tepat bila didasarkan atas gugatan wanprestasi dan bukan perbuatan melanggar hukum. Karena berangkat dari sebuah perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli, sehingga dengan merujuk pada kewajiban-kewajiban pelaku usaha dalam kontrak elektronik yang telah dilanggar dan karenanya menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

Selain dapat diselesaikan dengan menggunakan penyelesaian secara perdata, pelanggaran dalam transaksi elektronik yang mengandung unsur pidana seperti penipuan, penggelapan atau pembobolan akun. Juga dapat diproses secara pidana, sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 19 ayat (4) UUPK yang menyatakan bahwa “Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan”.¹¹³

¹¹³ Rosalinda Elsina Latumahina, “Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik”, *Jurnal GEMA AKTUALITA*, Vol.

Di mana dalam hukum pidana, kesalahan merupakan dasar untuk pertanggungjawaban. Dan kesalahan dalam hukum pidana dapat ditentukan bahwa subjek hukum dalam hal ini harus memiliki: 1) Kemampuan bertanggung jawab, 2) Perbuatan tersebut merupakan kesengajaan (*dolus*) atau kealpaan (*culpa*), 3) Tidak adanya alasan penghapusan kesalahan atau tidak adanya alasan pemaaf.

Jika kejahatan *e-commerce* yang terjadi dalam jual beli *online* sudah masuk pada ranah pidana, dengan adanya unsur kesalahan maka ketentuan dalam instrumen peraturan perundang-undangan Indonesia telah mengaturnya, yakni dalam UUIITE, antara lain dalam Pasal 30 sebagai berikut :

1. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik milik Orang lain dengan cara apa pun.
2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik dengan cara apa pun dengan tujuan untuk memperoleh Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik.

3. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik dengan cara apa pun dengan melanggar, menerobos, melampaui, atau menjebol sistem pengamanan.

Selanjutnya ketentuan hukuman yang tercantum dalam Pasal 46 UUIITE adalah sebagai berikut:

- 1) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah).
- 2) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp700.000.000,00 (tujuh ratus juta rupiah).
- 3) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Dalam UUPK diatur mengenai hak konsumen, di mana Pasal 4 menyebutkan bahwa hak konsumen adalah :

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

jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Selain adanya hak yang harus diperoleh oleh konsumen, Di sisi lain, tentu akan ada kewajiban bagi pelaku usaha, di maan sesuai Pasal 7 UUPK menyebutkan:

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

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Lebih tegas lagi Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang yang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran / larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Apabila dalam hal ini terjadi sebuah pelanggaran yang dimaksud di atas maka selaku konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UUPK konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Sedangkan, pelaku usaha sesuai Pasal 7 huruf g UUPK berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau

penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Seringkalinya ketidak tahuan masyarakat akan peraturan yang ada di kedua pasal tersebut yang mengakibatkan kejadian semacam ini terulang dalam kasus jual beli *online*. Meskipun mereka sadar haknya telah diciderai, namun kesadaran masyarakat untuk meminta ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian masih bisa dibilang kurang begitu berani. Di sisi lain, bagi mereka pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, sesuai dengan apa yang sudah digariskan di dalam peraturan tersebut, karena mereka menganggap bahwa posisi tawar mereka berada diposisi yang menguntungkan.

Ancaman lain bagi pelaku usaha dalam hal melakukan sebuah kerugian bagi konsumen sebenarnya sudah diancam dengan pidana, di mana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang berbunyi:

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).

Ketentuan kontrak elektronik dan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara *online*, berdasarkan UUTE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan. Persetujuan untuk membeli barang secara *online* dengan cara melakukan *klik* persetujuan atas transaksi merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik dan berlakunya semua ketentuan yang ada di dalamnya.

Tindakan penerimaan tersebut biasanya didahului dengan pernyataan persetujuan atas syarat dan ketentuan jual beli secara *online* yang dapat dikatakan juga sebagai salah satu bentuk Kontrak Elektronik ketika kita meng*klik* atau menyetujui semua ketentuan yang ada. Di mana kontrak elektronik menurut Pasal 47 ayat (2) PP PSTE dianggap sah apabila:

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

Kontrak elektronik menurut Pasal 48 ayat (3) PP PSTE setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut:

- a. Data identitas para pihak;
- b. Objek dan spesifikasi;
- c. Persyaratan Transaksi Elektronik;
- d. Harga dan biaya;
- e. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak;
- f. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan
- g. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Dengan demikian, pada transaksi elektronik yang kita lakukan, kita dapat menggunakan instrumen UU ITE dan/atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahan yang sebenarnya bisa terjadi.

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa

Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.

Berdasarkan Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko *online* tersebut (sebagai bentuk penawaran), kita juga dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata dengan dalih terjadinya wanprestasi atas transaksi jual beli yang kita lakukan dengan penjual.

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

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- c. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Jika salah satu dari 4 macam kondisi tersebut terjadi, maka secara perdata kita dapat menggugat penjual *online* dengan dalih terjadi wanprestasi (misalnya, barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang dimuat dalam *display home page/web site*). Pidana penipuan dalam transaksi jual beli secara *online*, Hal yang perlu diingat adalah bahwa jual beli secara *online* pada prinsipnya adalah sama dengan jual beli secara faktual pada umumnya.

Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* atau dalam hukum Islam biasa disebut dengan Jual beli Salam atau jual beli pesanan (*inden*) yakni jual beli di mana harga barang dibayar secara tunai. Sedangkan barang yang dibelikan belum ada, hanya sifat-sifat, jenis, dan ukurannya sudah disebutkan pada waktu perjanjian dibuat sebenarnya tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata atau secara langsung. Perbedaan diantara keduanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara *online* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat siber dalam transaksi secara elektronik memungkinkan setiap orang baik penjual maupun pembeli menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli.

Dalam hal pelaku usaha atau penjual ternyata menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli *online* tersebut, maka pelaku usaha dapat juga dipidana berdasarkan Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (“KUHP”) tentang penipuan dan Pasal 28 ayat (1) UU ITE tentang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Bunyi selengkapnya Pasal 378 KUHP adalah sebagai berikut:

“Barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun”.

Bunyi selengkapnya Pasal 28 ayat (1) UU ITE adalah sebagai berikut:

“Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”

Perbuatan sebagaimana dijelaskan di dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE diancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1 miliar (Pasal 45 ayat 2 UU ITE). Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, penyelesaian sengketa dalam transaksi perdagangan secara elektronik dapat dilakukan secara perdata maupun pidana, sehingga memberikan payung hukum kepada masyarakat di Indonesia.

Dalam pasal 4 huruf (e) UUPK mengatur mengenai hak konsumen yaitu hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang ini juga menyebutkan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Bahwa secara jelas telah diatur di dalam Undang-Undang mengenai hak konsumen yang melekat.¹¹⁴

¹¹⁴ Mufid, selaku Kabag. Informasi dan Pelayanan public, *Wawancara*, Semarang. 1 Agustus 2019.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli Pada Situs Belanja *Online Shopee*

Berdasarkan sumber data yang diperoleh penulis¹¹⁵, dalam beberapa kasus yang sering dialami konsumen kaitannya dengan kerugian dalam transaksi elektronik pada situs *shopee*, 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

¹¹⁵ Mufid, selaku Kabag. Informasi dan Pelayanan public, *Wawancara*, Semarang 1 Agustus 2019.

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.¹¹⁶

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.

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 :¹¹⁷

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

¹¹⁶ Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi perdagangan melalui media electronic commerce*, Jakarta: Ellips Media, 2009, h. 61.

¹¹⁷ Mufid, selaku Kabag. Informasi dan Pelayanan public, *Wawancara*, Semarang 1 Agustus 2019.

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 mencantulkannya 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.

5. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen

Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian-kerugian akibat dari penggunaan produk, dan lebih kritis serta teliti dalam memilih produk yang akan ia beli.

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.

C. Bentuk Pertanggung Jawaban *Shopee* Apabila Konsumen Mengalami Kerugian

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 penggunaanya 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*.

1. 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.¹¹⁸

- 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.

¹¹⁸ <https://shopee.co.id/docs/3613>, diakses pada 25 Juli 2019.

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 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 konsumen sejak saat mendaftarkan diri sebagai konsumen ataupun pelaku usaha.

Shopee menghendaki setiap konsumennya untuk mengisi data-data diri yang selengkap-lengkapnyanya 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-lengkapnyanya. 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.

2. Pertanggung Jawaban *Shopee* Sebagai Pelaku Usaha

Pertanggung jawaban dalam hal terjadinya wanprestasi atau cidera 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 pendahuluan 1.1.2 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).”

Ketentuan pendahuluan yang dituangkan dalam syarat layanan sebagai salah satu pedoman yang dituliskan oleh *shopee* di pendahuluan 1.1.2 berkaitan dengan kontrak yang terjadi di *shopee* sebenarnya sudah jelas. Yang mana, adanya ketentuan pasal tersebut sebenarnya telah menguatkan asas *personality* yaitu isi perjanjian hanya akan mengikat para pihak secara personal

dan tidak mengikat pihak-pihak yang tidak memberikan kesepakatannya. Dan pihak-pihak yang dimaksud di sini ialah penjual dan pembeli. Sedangkan *shopee* hanya bertugas sebagai *marketplace* atau pihak ke-3 yang bertugas mengatur proses transaksi tersebut berjalan dengan baik dan pihak yang memberikan wadah untuk bertemunya antara penjual dan pembeli.

- 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 ditangguhkan 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) KUHP.

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 di inginkan, 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 KUHPperdata 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.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di PT. Shopee Internasional Indonesia, maka kesimpulan yang dapat diambil ialah:

1. Praktik jual beli *online* yang ada di PT. *Shopee* Internasional Indonesia memiliki perbedaan dengan *marketplace* pada umumnya. Di mana *shopee* menggunakan sistem transaksi bisnis C2C (*customer to costumer*) dan B2C (*Business to Consumer*) yang mana hal ini masih sangat jarang digunakan di *marketplace* yang ada di Indonesia. Selain itu strategi bisnis yang digunakan, antara lain: *Seller Empowerment*, *Expand Market Segments*, dan *Official Shops*. Nilai-nilai yang menjadi komitmen dalam perusahaan yang disesuaikan dengan budaya lokal ditambah fitur-fitur dan model promosi yang disajikan, tentu saja sebagai bahan dukung dalam memberikan keuntungan kepada konsumen dan kenyamanan dalam melakukan aktifitas seperti berbelanja ataupun transaksi lainnya.

2. Terkait dengan 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*.

Selain itu, *shopee* juga akan bertindak sebagai fasilitator melalui pencarian solusi, dan pengambilan keputusan akan wanprestasi ataupun perbuatan lain yang merugikan konsumen ataupun pelaku usaha.

B. Saran

Rekomendasi penulis berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan ialah :

1. Pemerintah sebagai wakil atau lembaga yang memiliki fungsi pembentukan, penerbitan atau pembuatan Undang-

Undang yang berkaitan dengan transaksi elektronik khususnya jual beli *online* harus lebih menegaskan secara spesifik seberapa jauh bentuk tanggung jawab pelaku usaha maupun *marketplace* agar bisa terlibat dalam hal pemberian ganti kerugian yang dialami konsumen. Perlunya peraturan khusus dalam hal penanganan yang berkaitan dengan jual beli *online* tentu akan memberikan payung hukum baru sebagai suatu upaya dalam penanganan masalah dalam *e-commerce*.

2. 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.
3. *Self-regulation* pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* sangat menentukan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, dengan menjamin hak-hak konsumen terpenuhi dalam melakukan transaksi pada *website* pelaku usaha.

4. 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*.
5. 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.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.

Al Hadi, Abu Azam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Surabaya:UIN Sunan Ampel Press,2014.

al-Husaini, Taqiyuddin Abi Bakar. *Kifayat al-Akhyar*, juz 1, Semarang:Toha Putra t.th.

Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

al-jaziri, Abdurahman. *al-Fiqh 'Ala Madzahib al-arba'ah*, juz II, Beirut:Daar al-kutb al-Ilmiyyah, t.th.

Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta:Rajawali Pers, 2015.

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

Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Transaksi Elektronik sebagai panduan dalam menghadapi era digital bisnis e-commerce di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2017.

Dewi, Eli Wuria. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta:Graha Ilmu, 2015.

Dewi, Gemala dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Ed. 5), Jakarta: Kencana, 2005.

Gultom, Elisatris. *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi perdagangan melalui media electronic commerce*, Jakarta: Ellips Media, 2009.

- Hartono, Sri Redjeki. *Makalah Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas*, Penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Bandung:Mandar Maju, 2000.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Khairandy, Ridwan. *Hukum Kontrak Indonesia : Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Yogyakarta:FH UII Press,2013.
- . *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. 1, Yogyakarta:FH UII Press, 2016.
- Makarim, Edmon. *Pengantar Hukum Telematika*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2005.
- Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta:Rajawali Pers, 2001.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011.
- Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPF, 2004.
- Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: Malang Press, 2007.
- Narbuko Cholid dan Achmadi, Abu. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara,2001.
- Patrik, Purwahid *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, Bandung:Mandar Maju, 1994.

- Prodjodikoro, Wirjono. *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Bandung:Sumur,1999.
- Ramli, Ahmad M. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesi*, Bandung: Rafika Aditama, 2004.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh al-Sunnah*, Terj. Kamaluddin dan Marzuki, Bandung:Al-Ma'arif,1987.
- Setiawan, I Ketut Oka. *Hukum Perikatan*, Jakarta:Sinar Grafika, 2016.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta:PT. Grasindo, 2004.
- Shiddiqy, M. Hasbi ash. *Hukum-Hukum Fiqh Islam*, cet 1, Semarang:Pustaka Rizki Putra, 1997.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. III, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2014, h. 7.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Universitas Indonesia (UI Press), 1986.
- , dan Mamudji. Sri, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan ke-11. Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Subekti, R. *Hukum Perjanjian*, Ctk. 4, Jakarta:Pembimbing Masa, 1979.
- Suryati, *Hukum Perdata*, Yogyakarta:Suluh Media, 2017.
- Sutedi, Andrian. *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor:Ghalia Indonesia,2008.
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, 1996.

Widjaja Gunawan dan Yani, Ahmad. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2001.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2013.

UNDANG-UNDANG :

Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Salam.

Peraturan Pemerintah Nomor. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik.

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.

Jurnal dan Skripsi:

Ahmad Dewim Purnama, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Di www.kaskus.co.id*. Skripsi Thesis: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.

Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, dalam jurnal BLR, volume one, Nomor: *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-commerce)*, Yogyakarta: Business law community UII, tt.

classic.austlii.edu.au/journals/SydLawRw/2006/3.html#fn2, diakses pada 10 Agustus 2019.

Jevi Cahya A.P, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Fashion Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Skripsi: Universitas Sebelas Maret Fakultas Hukum, 2015.

Nur Masyithah Ziauddin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online*, terdapat dalam <http://jurnal.ar.raniry.ac.id/index.php/petita/index> ISSN-P: 2502-8006 ISSN-E: 2549-8274.

Putra Kalbuadi, *Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum Kaskus)*, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Syariah dan Hukum Muamalat, Ekonomi Islam, 2016.

Retno Prabandari, *Jenis-jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, dalam, http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO_PRABANDARI.pdf.

Rizky Arnando Yugistha, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang*. (Studi kasus OLX.co.id Cabang Semarang), Skripsi, Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katholik Soegijapranata, Semarang, 2014.

Rosalinda Elsina Latumahina, “Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik”, *Jurnal GEMA AKTUALITA*, Vol. 4, no. 1, Juni 2015; Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan Surabaya Surabaya.

Internet dan Sumber-sumber Lain:

Berita Online Tempo.co.id, diakses pada 24 Juli 2019.

<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>, diakses 24 Juli 2019.

<http://eprints.walisongo.ac.id/6833/3/BAB%20II.pdf>, diakses pada 08 Oktober 2019.

<http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>, diakses pada 19 Juli 2019.

<http://mediakonsumen.com/2019/07/12/surat-pembaca/shopee-tidak-bertanggung-jawab-pembeli-dirugikan>, diakses pada 08 Agustus 2019.

<http://mediakonsumen.com/2019/07/31/surat-pembaca/pengembalian-dana-shopee-yang-tak-kunjung-diterima>, diakses pada 08 Agustus 2019.

<http://www.cert.or.id/-budi/articles/1999-02.pdf>, diakses pada tanggal 19 Juni 2019.

<http://www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/single.htm>, diakses pada tanggal 19 April 2019.

<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>, diakses pada 24 Juli 2019.

<https://bisnis.tempo.co/read/1052027/642-aduan-ke-ylki-di-2017-e-commerce-paling-banyak-dikeluhkan>, diakses pada 29 Juli 2019.

<https://careers.shopee.sg/> diakses pada 28 juli 2019.

<https://careers.shopee.sg/about/> diakses pada 28 Juli 2019.

<https://jurnaljakarta.com/berita-10676-dengan-hasil-riset-snapcart-shopee-menjadi-econmmerce-dengan-frekuensi-belanja-tertinggi.html>. diakses pada 19 Juli 2019.

<https://shopee.co.id/docs/3613>, diakses pada 25 Juli 2019.

Mobitekno.com/read/2016/30/05/Kaspersky-lab-korban-penipuan-online-di-indonesia-sangat-tinggi/, diakses 08 Agustus 2019.

Mufid, *Wawancara*, Semarang. 1 Agustus 2019.

Sella Nania A, *Wawancara*, Semarang. 5 Agustus 2019.

Tim penyelenggara penterjemah al-Qur'an, al-Qur'an dan Terjemahan. Medinah: Mujamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al_Syarif, 1418 H.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan *Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi kedua, Ctk. I, Jakarta: Balai Pustaka, 1991.

Van Hoeve, *Ensiklopedia Indonesia*, Jilid 7. Jakarta: Ichtiar Baru, 1984.

Lampiran 1 : Surat Izin Riset dari Kampus.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185

Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id>.

Nomor : B-2220/Un.10.1/D1/TL.01/6/2019 Semarang, 28 Juni 2019
Lampiran : 1 (satu) Bendel Proposal
Hal : Permohonan Izin Riset

Yth.
Direktur Shopee.co.id
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, bahwa dalam rangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, mahasiswa kami :

N a m a : Nurlaeni Faizal
N I M : 1502056013
Jurusan : Ilmu Hukum

sangat membutuhkan data guna penulisan skripsi yang berjudul:

"PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI SHOPEE.CO.ID"

Dosen Pembimbing I : Drs. H. Abu Hapsin, MA, Ph. D
Dosen Pembimbing II : Dr. H. Ja'far Baihaqi, M.H

Untuk itu kami mohon agar mahasiswa tersebut diberi izin untuk melaksanakan penelitian, wawancara, dan atau mendapatkan salinan dokumen di wilayah/lembaga/instansi yang Bapak/ Ibu pimpin selama 3 (tiga) bulan sejak diizinkan.

Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Identitas Diri (Kartu Mahasiswa)

Demikian atas kerjasama Bapak/ Ibu, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

a.n Dekan,
Wakil Dekan
Bidang Akademik dan Kelembagaan

Sahjatin

Tembusan :
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo (sebagai laporan)

Lampiran 2 : Surat Keterangan telah melakukan Penelitian di Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Jawa Tengah.



YAYASAN LP2K JAWA TENGAH

Yayasan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah
Institute For Consumer Development and Protection Central Java

Alamat : Jl. Taman Borobudur Utara XIV/11, Manyan, Semarang, Telp. (024) 761 4875

Fax. (024) 7600490 Email : konsumen_lp2k@yahoo.com | www.yayasanlp2kjateng.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 11/LP2K Jtg/PPM/IX/2019



Yayasan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Jawa Tengah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : NURLAENI FAIZAL
NIM : 1502056013
Fakultas : Syariah dan Hukum
Universitas : Universitas Islam Walisongo Semarang

Dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul : "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Shopee.Co.Id", yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Yayasan LP2K Jawa Tengah.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Dikeluarkan di : Semarang
Pada Tanggal : 17 September 2019


Pengurus Yayasan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Jawa Tengah

ABDUN MUFID, SH.
Kabid. Pengabdian dan Pelayanan Masyarakat

Yayasan LP2K Jawa Tengah adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang bergerak dalam bidang pembinaan dan perlindungan konsumen dengan motto membantu konsumen agar dapat melindungi dirinya sendiri, menjaga marubut produsen, dan membentuk pemerintah. Pengesahan Akte Pendirian berdasarkan akte notaris Samito Rahajo, SH No. 03 tanggal 05 April 2012 dan Keputusan Menteri Hukum Dan HAM RI No. AHU-5804. AH-01-04 tahun 2012, serta Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen (TDLPK) No. 05/DPP/TDLPK/XI/2007. Yayasan LP2K Jawa Tengah adalah anggota Consumers International (CI) sejak tahun 1998

Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melakukan Wawancara Dengan Bpk. Mufid (Kabid. Pengabdian & Pelayanan Masyarakat),LP2K Jawa Tengah

Surat Keterangan Telah Melakukan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mufid

Asal Instansi : LP2K (Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen) Jawa Tengah

Jabatan : Informasi dan Penanganan Publik

Merupakan narasumber yang memberikan keterangan dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis dalam rangka pengambilan data riset guna penulisan skripsi dengan judul **"PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI SHOPEE.CO.ID."**

Demikian keterangan saya buat, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

Semarang, 1 Agustus 2019

Hormat saya,



Mufid
(Kabag. Informasi dan Penanganan Publik)

Lampiran 4 : Surat Keterangan Telah Melakukan Pengambilan Data Di LP2K Jawa Tengah.

**SURAT KETERANGAN
TELAH MELAKUKAN PENGAMBILAN DATA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mufid

Asal Instansi : LP2K (Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen) Jawa Tengah

Jabatan : Informasi dan Penanganan Publik

Dengan ini menerangkan bahwa saudara :

Nama : Nurlaeni Faizal

NIM : 1502056013

Semester : 9 (Sembilan)

Jurusan : Syari'ah dan Hukum

Program Studi : Ilmu Hukum

Telah melaksanakan pengambilan data berupa wawancara dan studi dokumentasi dalam rangka riset terkait penulisan skripsi dengan judul **"PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E—COMMERCE DI SHOPEE.CO.ID."**

Demikian keterangan ini saya buat, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Semarang, 1 Agustus 2019

Hormat saya,

Mufid



Lampiran 5 : Salinan Hasil Wawancara Dengan LP2K Jawa Tengah.

Narasumber = Bapak Mufid
Bagian = Pelayanan Masyarakat
Lembaga = Yayasan Lembaga Pembiayaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Jawa Tengah.
Alamat = Jl. Selo Mas, Panggung Lor, kec. Semarang Utara kota Semarang, Jawa Tengah, 50177

* Apa LP2K itu, dan apa bedanya dengan YLKI...?

→ LP2K adalah atomir dari lembaga Pembiayaan dan Perlindungan Konsumen. Organisasi non-Profit yang memiliki tugas pokok memberikan perlindungan serta edukasi terhadap masyarakat khususnya mereka yang disebut sebagai konsumen baik dari hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen yang sering tercederai, atau mengedukasi mereka mengenai Undang-Undang Perlindungan konsumen.

→ Perbedaananya dengan YLKI, sebenarnya sama. hanya saja, cakupan wilayah kerjanya yang membedakan antara LP2K dengan YLKI. Dimana YLKI wilayah cakupannya yakni sebagai pusat yang menaungi LP2K, sedangkan LP2K wilayah cakupannya ada di kabupaten / kota, kecamatan atau provinsi. Dan LP2K Jawa Tengah ini, memiliki wilayah cakupan se Jawa Tengah.

* Apa saja yang menjadi / dapat dilakukan (diUndungi) oleh LP2K sebagai lembaga perlindungan ??

* Sebenarnya semua yang berkaitan dengan konsumen, misalnya seperti hak dan kewajiban ataupun kerugian yang mereka alami misalnya seperti pengaduan masalah penggunaan listrik atau masalah transaksi (jual beli) baik yg bersifat konvensional / tradisional, maupun dimasa sekarang yg serba online.

* Berkaitan dengan jual beli online (E-commerce) berapa besaran pelaporan yg mendapatkan terkait perlindungan terhadap konsumen ?

→ Untuk pengaduan yang berkaitan dg jual beli online khususnya di LP2K Jawa Tengah bisa dibilang sedikit, di tahun-tahun sebelumnya tepatnya di tahun 2013 ada 13 kasus, satu per tiga bisa diselesaikan dg baik-baik. Sisanya masuk kategori penipuan dan toko onlinenya susah untuk ditelusuri. Terahir kali itu ada kasus / laporan dari konsumen yang melakukan transaksi di Shopee, di mana kronologinya dia (pembeli) membeli laptop di Shopee,

Pembeli menemui Penjual ingin jasa Go-Jek, dimana dalam Penjualan tersebut status Penjualan sudah selesai dengan keterangan barang sudah diterima pembeli. Namun faktanya pembeli belum menerima barang yang dipesan. Ternyata setelah kami sedikit ~~meneliti~~ barang yang dibeli oleh konsumen tadi di dapatkan oleh Penjual dan membicarakan keterangan status di status Penjualan jika barang sudah selesai. Namun setelah kami mediasi keduanya bisa mengerti dan dapat di selesaikan dengan baik-baik..

* Melihat permasalahan tersebut, sebenarnya apa saja permasalahan atau problem yang sering terjadi (sering di laporkan konsumen ke Lp2k ini kaitanya dg jual beli online... ?

⇒ Untuk permasalahannya (problem yang sering di laporkan ialah penipuan baik nantinya penipuan ini dilakukan oleh penjual, maupun pembeli. Jadi usahakan jika hendak melakukan transaksi online kita tahu dg penjualnya atau menggunakan market place yg sudah terpercaya. Dan usahakan jangan transfer langsung ke rekening penjual, gunakan rekening bersama. Jika memang market place tidak menyediakan hal itu, diurutkan ke dua laporan yg sering masuk ialah ketidaksesuaian antara gambar dg barang yg datang (overprestasi) entah itu barang rusak, warna tidak sesuai, jenis ukurannya berbeda atau kualitas buruk. Selain itu ada pola harga yang tidak cocok, serta estimasi waktu yang molor / tidak seperti yg di janjikan. Dan yg terakhir ada juga puna jual (jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkan.

* Dari faktor itu semua, apa faktor yang melatar belakangkannya?

⇒ Untuk faktornya sendiri sebenarnya banyak, baik dari faktor internal maupun eksternal. Namun yang sering terjadi ialah ketidak hati-hatian dari konsumen dalam berbelanja. Yang kemudian mengakibatkan kerugian bagi dirinya. ~~dan~~ Misalnya, dalam jual beli online bukan bisa tidak tahu bagaimana kondisi barangnya, meskipun terkadang kita tahu namun tidak bisa lihat. Konsumen biasanya tahu produk itu dari deskripsi yang ia baca, Namun jarang / sering bisa gambarkan bahwa mereka tidak membaca terlebih dahulu deskripsi yang ada di produk tersebut sehingga dalam hal ini kemudian kerugian yang bisa

Saya Nantinya konsumen alami. Namun tidak hanya disito berhadapan ada juga Penjual yang malah spt dtdat mendeskripsikan secara jelas misal nya, Produk yang mereka jual dan konsumen hanya percaya dg gambar yang ada. Maka terpaduh saat barang datang konsumen merasa dirugikan.

Selain itu, masalah eksternal seperti regulasi yg berkaitan dengan transaksi online yang belum jelas, misal nya bagaimana Regulasi terkait Pertanggung jawaban penjual dalam transaksi online, apabila konsumen mengalami kerugian itu seperti apa, lalu apabila Penjual ini mendapatkan / menjual lewat market place itu Pertanggung jawabannya seperti apa, apakah market place ikut beresikat, itu kemudian masih belum bisa dijawab semua dg UUPK ataupun UU ITE.

* Pertika Permasalahan di Shopee tadi Pak, di 2019 bukan ada 1 kasus di Lpak Jawa Tengah, sebenarnya apakah memang sedikit kasus / problem yang sering terjadi di Shopee itu sendiri...?

⇒ Jajaran kemudian kita menggenerasikan apa yang menjadi Patokan, kalau Lpak bukan Lingkupnya Jawa Tengah, jadi laporan yang masuk tentunya tidak bisa untuk menetapkan bahwa permasalahan itu sedikit. Jika secara umum pengaduan e-commerce itu ada sekitar 642 ~~ada~~ di tahun 2016 dan 101 aduan dari foto online yg mendominasi, di tahun 2017 tepatnya pada Harbolnas tercatat adanya peningkatan aduan sekitar 40% dan dari 40% aduan, itu yang sama dengan pengaduan di tahun 2016 sekitar 6%.

Dan untuk tahun 2019 berkaitan dg Shopee, itu ada sekitar 781 kasus, baik laporan yang datang secara langsung, melalui surat, maupun lewat telepon.

⇒ Dari 781 kasus, apakah semuanya sama terkait penipuan, Purna jual, barang, harga atau estimasi waktu yang diberikan tidak sesuai...?

* Tentunya bukan hanya itu, tidak semua barang / produk yang dijual itu bisa masuk / bisa diklasifikasikan kedalam kategori tadi, karena setiap waktu, bukan bahkan tahun masalah dalam jual beli online itu akan berubah. kalau dari data yg ada, wanprestasi paling banyak, yakni sekitar 25% pengisiannya mulai dari barang yang tidak sesuai 35%, cacat produk 28%, pengiriman melebihi estimasi waktu 15%, barang tidak dikirim dan lain-lain 22%, pembatalan sepihak misal nya oleh Shopee (Penjual) 8% dan 10%, komplain yang sesuai 1%, informasi barang jelas 2% harga 3%, Refund 10%, peretasan akun 3%, penipuan 5%, Purna jual 1% dan kelalaian konsumen 16%.

Tentunya permasalahan baru yang akan datang, tentunya dengan jual

beci Online ini akan meningkat atau turun hal itu tidak menutup kemungkinan. Sebenarnya kunci dalam transaksi elektronik agar berjalan sesuai dengan yang diharapkan ialah sinergitas antara Penyedia Jasa (Market Place), Penjual, konsumen dan pemerintah saling mendukung dan serama. Untuk terjadinya transaksi yang saling menguntungkan.

Langkah apa yang kemudian harus konsumen lakukan, agar terhindar dari hal-hal yang bisa merugikan saat melakukan transaksi online..?

⇒ Pertama hal utama, yaitu membeli produk yang biasanya kita sudah kenal dan pengenal, atau memilih brand yang sudah banyak menjual produk. Hindari melakukan transfer langsung ke nomor rekening.

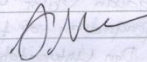
1. Pengal. jika ada selalu gunakan metode pembayaran menggunakan rekening bersama atau photo ke-3, jika tidak gunakan sistem pembayaran COD. Untuk transaksi lagi, konsumen yang baru coba.

2. Coba lakukan pembelian yang nominalnya kecil, agar apabila terjadi hal yang tidak di inginkan kerugian tidak terlalu besar.

3. Mininya partisip ke hati-hati konsumen itu harus di kedepankan karena tidak bisa kita menyalahkan orang lain jika kita kurang hati-hati dalam melakukan transaksi jual beli melalui online.

4. Hati-hati dalam melakukan transaksi jual beli melalui online.

Abdul Muzid



Lampiran 6 : Foto Wawancara Dengan Narasumber Bapak Mufid.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri:

Nama : Nurlaeni Faizal
Tempat, Tanggal Lahir : Indramayu, 11 Februari 1996
Alamat Rumah : Jl. Habib Keling blok Underan RT.006/ Rw. 003 Desa
Pringgacala kec. Karang Ampel kab. Indramayu. 45283

No. Hp : 083836105256

E-mail : udjangf@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan:

1. Pendidikan Formal:

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| a. MI Raudlatut Thullab Underan | Tahun Lulus 2008 |
| b. SMP NU Kaplongan | Tahun Lulus 2011 |
| c. MA NU 03 Sunan Katong kaliwungu | Tahun Lulus 2014 |
| d. UIN Walisongo | Tahun Lulus 2019 |

2. Pendidikan Non-Formal:

- a. Madrasah Diniyyah An-Nashor
- b. MDW Sunan Katong Kaliwungu

C. Pengalaman Organisasi:

1. Ikatan Keluarga Santri Kaliwungu Indramayu (2013-2015);
2. Forum Musyawarah Islami (2014-2016);
3. Himpunan Santri Jawa Barat (2012-2015).
4. Divisi Pendidikan Generasi Baru Indonesia (2018-2019);