

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA ATAS ADANYA
KETIDAKSESUAIAN OBJEK DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

SKRIPSI

Oleh:

Tiara Rizka Ananda

18220039



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2022

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA ATAS ADANYA
KETIDAKSESUAIAN OBJEK DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* PERSPEKTIF
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Strata Satu Sarjana Hukum (S.H.)*

Oleh:

**Tiara Rizka Ananda
18220039**



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,
Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA ATAS ADANYA
KETIDAKSESUAIAN OBJEK DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika kemudian hari terdapat laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain, maka skripsi sebagai persyaratan mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 13 Mei 2022

Penulis,



Tiara Rizka Ananda

NIM 18220039

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Tiara Rizka Ananda Nim:
18220039 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA ATAS ADANYA
KETIDAKSESUAIAN OBJEK DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhrudin, M.HI.
NIP. 197408192000031002

Malang, 13 Mei 2022
Dosen Pembimbing,



Risma Nur Arifah, M.H
NIP. 198408302019032010

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan penguji skripsi saudara/i Tiara Rizka Ananda NIM 18220039, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA ATAS ADANYA
KETIDAKSESUAIAN OBJEK DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

Telah dinyatakan **LULUS** dengan nilai: B+

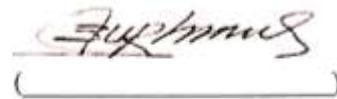
Dewan Penguji:

1. Dr. H. Noer Yasin, M.H.I.
NIP. 196111182000031001



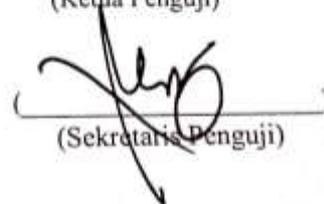
(Penguji Utama)

2. Dr. Burhanuddin Susanto, S.HI.,M.Hum.
NIP. 197801302009121002



(Ketua Penguji)

3. Risma Nur Arifah, M.H.
NIP. 198408302019032010



(Sekretaris Penguji)

Malang, 27 Juni 2022

Scan untuk verifikasi



Dekan,

Dr. Burhanuddin, M.A.
NIP. 197708222005011003



**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Gajayana 50 Malang Telp. (0341) 551354 Fax. (0341)
572533

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Tiara Rizka Ananda
Nim : 18220039
Fakultas/Program Studi : Syariah/Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Risma Nur Arifah, M.H.
Judul Skripsi : **TANGGANGUNG JAWAB HUKUM
PELAKU USAHA ATAS ADANYA
KETIDAKSESUAIAN OBJEK DALAM
TRANSAKSI E – COMMERCE PERSPEKTIF
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
DAN HUKUM ISLAM.**

No	Hari dan Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Sabtu, 27 November 2021	Revisi judul dan fokus penelitian	
2	Jumat, 17 Desember 2021	Revisi judul dan fokus penelitian	
3	Minggu, 30 Januari 2022	Revisi judul dan fokus penelitian	
4	Kamis, 24 Februari 2022	Revisi proposal skripsi	
5	Jumat, 18 Maret 2022	Revisi Bab I, II, III	
6	Kamis, 31 Maret 2022	Revisi Bab I, II, III	
7	Jumat, 22 April 2022	Revisi Bab I, II, III	
8	Sabtu, 30 April 2022	Revisi Bab IV	
9	Jumat, 13 Mei 2022	Revisi Bab IV	
10	Jumat, 13 Mei 2022	ACC Abstrak	

Malang, 13 Mei 2022

a.n Dekan,

Ketua Program Studi Hukum
Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.H.I. NIP.
197408192000031002

MOTTO

“Segala sesuatu tergantung pada niatnya, dan apa yang diperoleh tergantung dari apa yang telah diniatkan.”

(HR. Bukhari)

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah bersyukur atas nikmat yang Allah SWT berikan atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada semua sehingga penulisan skripsi berjudul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Adanya Ketidaksesuaian Objek Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam.” diselesaikan dengan efektif dan efisien dalam pola pikir kritis transformatif. Shalawat beriringan salam kita hanturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam sebagai cahaya di kegelapan kebodohan. Semoga kita tergolong orang – orang yang beriman dan mendapatkan syafaat beliau di hari akhir kelak Amin.

Upaya yang menjadikan daya berupa bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih, khususnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H.M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A. selaku Dekan Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhrudin, M.HI., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku dosen wali penulis yang mana telah mendidik, membimbing, mengajarkan dan mencurahkan keilmuannya kepada penulis. Semoga Allah SWT melipat gandakan amal kebaikan bapak. Amin.
5. Risma Nur Arifah, M.H., sebagai dosen pembimbing penulis, yang memberikan kesempatan, kepercayaan, waktu luang, bimbingan sehingga skripsi ini tersusun sesuai dengan pedoman karya ilmiah fakultas.
6. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan dedikasi mengajar, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT membalas segala amalan dengan sebaik – baiknya hidup dunia dan akhirat.
7. Kedua orang tua saya yang sangat berperan penting dalam seluruh hidup saya (Bapak Muhammad Kasman Paliba, S. P., dan Ibu Irna, S.Ag.), terimakasih atas perjuangan dan doa-doa yang tiada henti untuk anakmu serta dukungan dan motivasi yang selalu menyertai langkah ini.
8. Saudara kandung saya Novi Aurannisa yang turut membantu melancarkan proses penyusunan skripsi. Terima kasih banyak saya ucapkan.
9. Sahabat-sahabat saya yang sudah saya anggap sebagai saudara kandung saya Risky Mulia dan Annisa Mardiyah terima kasih atas dukungan dan doanya yang selalu ada di masa-masa sulit saya.
10. Teman dekat saya yang membantu saya selama proses penyusunan skripsi MHD Alfin Lubis, Diana Ali, Yulia Dwi dan Sasmitha terima kasih atas usaha dan dukungannya yang tak terhingga untuk diutarakan dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

11. Pihak – pihak lain yang membantu penulis mengembangkan pemikiran, sikap, dan keilmuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu.

12. *Last but not least, i wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me all this times.*

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharap kritik dan saran dari seluruh pihak agar saya selaku penulis terus berbenah diri dan skripsi ini jauh lebih baik lagi. Semoga kritikan dan saran pembaca nantinya menjadi kunci kesuksesan dan segala ilmu serta dedikasi yang telah saya peroleh selama kuliah di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat saya implementasikan dan bermanfaat bagi bangsa dan negara, khususnya untuk saya pribadi dan orang – orang sekitar saya.

Malang, 13 Mei 2022

Penulis,



TIARA RIZKA ANANDA

NIM. 18220039

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi abjad bahasa Arab ke bahasa Indonesia yang digunakan dalam penulisan skripsi ini mengacu pada pedoman transliterasi berdasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagai berikut:

1. Konsonan

ا = Tidak dilambangkan	ض = dl
ب = B	ط = th
ت = T	ظ = dh
ث = Ta	ع = ‘ (menghadap ke atas)
ج = J	غ = gh
ح = H	ف = f
خ = Kh	ق = g
د = D	ك = k
ذ = Dz	ل = l

ر = R	م = m
ز = Z	ن = n
س = S	و = w
ش = Sy	ه = h
ص = Sh	ي = y

Huruf Hamzah ء(sering dilambangkan dengan alif, bila terletak pada awal kata maka transliterasinya mengikuti vokal, tidak dilambangkan, namun jika terletak ditengah atau di akhir kata, dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (’) untuk pengganti lambang ع.

2. Vokal

a. Vokal Tunggal (monoftong)

◌َ : a (Fathah)

◌ِ : i (Kasrah)

◌ُ : u (D’ammah)

b. Vokal rangkap (diftong)

ي : ay

و : aw

c. Vokal panjang (*madd*)

نا : a,Â

ي : i, I

و : u, U

Tulisan latin berbentuk bahasa arab terkhusus pada vokal *fattah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u” sedangkan bacaan panjang sebagaimana tertera diatas.

3. Ta' Marbutah (ة)

Ta' marbutah ditransliterasikan sebagai (t) jika ditengah kalimat, bila berada pada akhir kalimat ditransliterasikan sebagai “h”.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	2
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BUKTI KONSULTASI SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
مستخلص البحث.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6

D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional.....	7
F. Penelitian Terdahulu.....	8
G. Metode Penelitian.....	19
H. Sistematika Pembahasan.....	22
BAB II.....	24
TINJAUAN PUSTAKA	24
A. Tinjauan Tentang E-Commerce	24
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	24
2. Tujuan dan Manfaat Jual Beli E-Commerce	27
3. Aspek Hukum <i>E-Commerce</i>	29
B. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen	33
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	33
2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen	36
3. Tujuan Perlindungan Konsumen	39
4. Hubungan Konsumen dan Pelaku Usaha.	40
5. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	42
6. Pengertian Pelaku Usaha	44
7. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	45
8. Larangan Bagi Pelaku Usaha	47

9. Tanggung Jawab Pelaku Usaha	49
BAB III.....	53
PEMBAHASAN DAN HASIL	53
A. Analisis Asas Itikad Baik Pelaku Usaha atas Adanya Ketidaksesuaian Objek dan Hukum Islam	53
B. Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Ketidaksesuaian Objek Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam	79
BAB IV	101
PENUTUP.....	101
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. Kasus Komplain Konsumen Tokopedia di Media Konsumen	63
Tabel 3. Komplain Konsumen atas Ketidaksesuaian Objek	64

ABSTRAK

Ananda, Tiara Rizka, NIM: 18220039, 2022. **Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Adanya Ketidaksesuaian Objek Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.** Skripsi. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing : Risma Nur Arifah, M.H.

Kata Kunci: *Pelaku Usaha; Tanggung Jawab; E-Commerce.*

Teknologi berkembang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia. Adanya kecanggihan dan kepraktisan yang diberikan maka manusia dapat dengan mudah mengandalkan teknologi seperti halnya transaksi *online* (*e-commerce*). Namun, kemajuan teknologi, kemudahan dan kesederhanaan tersebut tidak luput terjadi problematika antara pelaku usaha dengan konsumen. Sehingga, diperlukan sebuah kajian mendalam untuk memberikan pemahaman dan edukasi agar dapat meminimalisir kesalahan yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Undang-Undang Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 hadir sebagai aturan yang mengatur perikatan antara pelaku usaha dengan konsumen di Indonesia. Akan tetapi, masih saja permasalahan serupa terus terjadi.

Penelitian ini membahas bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap ketidaksesuaian objek. Penelitian ini tergolong penelitian yuridis normatif (*library research*). Menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Dengan mengacu pada sumber primer dan sekunder yang berkaitan dengan kajian peneliti.

Hasil dari penelitian ini dapat dikemukakan pertama, Itikad baik menjadi hal yang penting untuk diterapkan terlebih pada transaksi elektronik. Pelaku usaha haruslah memenuhi kewajibannya dalam beritikad baik sebagaimana terdapat pada Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam Islam, penerapan itikad baik dapat menghindarkan seseorang dari kerugian yang dapat ditimbulkan. Dengan mengirinkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan ini berarti tidak memenuhi ketentuan dari asas itikad baik. Kedua, tidak sedikit pelaku usaha yang belum memenuhi kewajibannya yakni bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami konsumen. Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pelaku usaha harus memberi kompensasi, penggantian, dan ganti rugi atas barang yang diterima tidak sesuai. Konsumen dapat menuntut pelaku usaha melalui jalur litigasi atau non litigasi. Dalam Islam, konsumen yang mengalami ketidaksesuaian objek mendapatkan hak khayar aib sehingga jika terjadi kerugian konsumen dapat meminta tanggung jawab kepada pelaku usaha.

ABSTRACT

Ananda, Tiara Rizka, NIM: 18220039, 2022. **The Responsibility of Business Actors for Non-Compliance with Objects in E-Commerce Based on Law Number 8 Concerning Consumer Protection of 1999 and Islamic Law.** Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Advisor : Risma Nur Arifah, M.H.

Keyword: *Business Actors; Responsibility; E-Commerce.*

Technology is advancing very rapidly with increasing human needs. By providing sophistication and practicality, humans can easily rely on technologies such as online transactions (*e-commerce*). However, technological advances, convenience and simplicity have not avoided problems between business entities and consumers. Therefore, in-depth research is needed for understanding and education to minimize errors that may occur in the future. Consumer Law No. 8 of 1999 exists as a rule regulating the participation between business actors and consumers in Indonesia. However, similar problems still occur.

This study discusses the responsibility of business actors to oppose inconsistencies. This study is classified as a normative legal study (*library research*). It uses a legal and conceptual approach. Refers to primary and secondary sources related to the researcher's study.

The results of this study can suggest first, good faith is an important thing to be applied to electronic transactions. Business actors must fulfill their obligations in intention as contained in Article 7 letter (a) of the Consumer Protection Act. In Islam, the application of good faith can prevent a person from harm that can be caused. By sending goods that are not in accordance with what was agreed upon, it means that it does not meet the provisions of the principle of good faith. Second, not a few business actors have not fulfilled their obligations, namely being responsible for losses suffered by consumers. Article 7 letter f of the Consumer Protection Law explains that business actors must provide compensation, replacement, and compensation for goods received that do not match. Consumers can sue business actors through litigation or non-litigation. In Islam, consumers who experience a discrepancy in the object get the right of *khiyar disgrace* so that if a loss occurs, the costumers can be held responsible for the business actor.

مستخلص البحث

أناندا ، تيارا رزقا ، 18220039، 2022 المسؤوليات القانونية للجهات الفاعلة في الأعمال عن عدم تطابق العناصر في معاملات التجارة الإلكترونية من منظور القانون رقم 8 لعام 1999 بشأن حماية المستهلك. فرضية. برنامج دراسة القانون الاقتصادي للشريعة الإسلامية ، كلية الشريعة ، مولانا مالك إبراهيم جامعة الدولة الإسلامية مالانج. المشرفة: رسمة نير عريفة م

الكلمات الرئيسية: ممثل أعمال ؛ المسؤولية؛ التجارة الإلكترونية

للشخص يمكن ، العملي والتطبيق التطور توفير خلال من .البشرية الاحتياجات زيادة مع كبيرة بسرعة التكنولوجيا تتقدم الأعمال كيانات بين لمشاكل ، ذلك ومع .(الإلكترونية التجارة) الإنترنت عبر المعاملات مثل تقنيات على بسهولة الاعتماد والتعليم للفهم متعمق بحث إلى حاجة تجنب لم والبساطة والراحة التكنولوجي التقدم فإن هناك ، لذلك .والمستهلكين التجاريين الفاعلين بين المشاركة تنظم كقاعدة المستهلك قانون يوجد .المستقبل في تحدث قد التي الأخطاء لتقليل رقم 0 لعام 9111 لا ، ذلك ومع .إندونيسيا في والمستهلكين م تحدث تزال. مماثلة شاكل

.معيارية قانونية دراسة أنها على الدراسة هذه تصنف .التناقضات مواجهة في التجاريين الفاعلين مسؤولية الدراسة هذه تناقش .التجاريين الفاعلين مسؤولية بمفهوم من ، النهجين هذين خلال من .والمفاهيمي القانوني النهج يستخدم .(المكتبة بحوث) .الباحث بدراسة المتعلقة والثانوية الأولية المصادر يتعلق بتحليل مصحوبة المعاملات مراجعة تكون أن المأمول إلى تشير يمكن بيان نتائج هذه الدراسة:

أولاً ، حسن النية هو أمر مهم يجب تطبيقه خاصة على المعاملات الإلكترونية. يجب على الجهات التجارية الوفاء بالتزاماتها بحسن نية على النحو الوارد في المادة 7 حرف أ من قانون حماية المستهلك. في الإسلام ، يمكن لتطبيق حسن النية أن يمنع أي شخص من الأذى الذي يمكن أن يحدث. بإرسال البضائع التي لا تتفق مع ما تم الاتفاق عليه ، يعني أنها لا تفي بأحكام مبدأ حسن النية. ثانيًا ، لم يف عدد قليل من الفاعلين التجاريين بالتزاماتهم ، أي كونهم مسؤولين عن الخسائر التي يتكبدها المستهلكون. توضح المادة 7 من قانون حماية المستهلك أنه يجب على الجهات التجارية تقديم تعويض واستبدال وتعويض عن البضائع المستلمة التي لا تتطابق. يمكن للمستهلكين مقاضاة الجهات التجارية من خلال التقاضي أو عدم التقاضي. في الإسلام ، يعتبر الضرر الناجم عن تناقض الأشياء فعلاً غير مبرر

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi berkembang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia. Adanya kecanggihan dan kepraktisan yang diberikan maka manusia dapat dengan mudah mengandalkan teknologi pada saat ini. Perkembangan yang pesat pada teknologi juga disebabkan karena banyaknya perubahan pola pada masyarakat, termasuk pada transaksi perdagangan yang dilakukan. Transaksi perdagangan dapat dilakukan secara tatap muka ataupun lewat media *online*, dengan adanya media *online* maka manusia bisa saling bertukar barang atau bertransaksi perdagangan dengan mudah dan praktis. Hal ini dapat dimanfaatkan pebisnis untuk menjalankan usahanya dengan kompetitif. Perkembangan perdagangan dengan media *online* ini dapat disebut dengan jual beli *online* atau transaksi *e-commerce* yakni masyarakat dapat memanfaatkannya dalam transaksi barang maupun jasa. *E-Commerce* merupakan sebuah hasil dari perkembangan teknologi dengan mengandalkan jaringan *internet* dalam penggunaannya. Tak heran, banyak dihasilkan perkembangan bisnis dari *e-commerce* yang dilakukan baik di dalam negeri maupun hingga kancah internasional.

E-Commerce merupakan suatu set teknologi, aplikasi dan proses bisnis dimana ia bisa menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan juga komunitas melalui sebuah transaksi elektronik pada perdagangan baik berupa

barang, jasa ataupun informasi yang dilakukan secara elektronik.¹ Menurut Fuady, definisi dari istilah *e-commerce* sendiri dalam arti yang sempit diartikan sebagai suatu transaksi jual beli atas suatu produk barang atau jasa antar mitra bisnis dengan menggunakan jaringan komputer berbasis internet. Sedangkan dalam artian luas dinyatakan bahwa *e-commerce* sama dengan istilah *e-business*, yakni tidak hanya mencakup tindakan transaksi *online*, tetapi juga termasuk layanan pelanggan, hubungan dagang dengan mitra bisnis lain dan transaksi internal suatu organisasi.²

Dalam transaksi tersebut pembeli tak perlu bertemu dengan penjual atau produsen dalam mengadakan perjanjian perdagangan. Ketika mengadakan perjanjian maka tentu adanya kesepakatan atas kedua belah pihak terkait dengan objek perikatan. Perjanjian diatur pada Pasal 1313 KUH Perdata yang mengatakan bahwa perjanjian adalah “*kesepakatan dan persetujuan yang dibuat serta dilaksanakan antar dua orang atau lebih dan saling mengikat satu sama lain*”. Disini objek perikatan dapat dikatakan sebagai prestasi. Terhadap prestasi ini sudah diatur dalam Pasal 1234 KUH Perdata yang berbunyi: “*Tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu.*”³

Dengan semakin banyaknya pengguna transaksi *e-commerce* maka semakin banyak pula persaingan usaha yang terjadi. Para pelaku usaha dapat

¹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), 1.

² Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis di Era Globalisasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008), 407.

³ Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2003), 338.

dengan bebas memasarkan hasil dari produksi tanpa adanya pengecekan pada kualitas dari barang tersebut karena seringkali pelaku usaha hanya mementingkan kuantitas barang dari pada kualitasnya⁴. Hal ini tentu membuat konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih barang yang akan dikonsumsi. Tentu jika demikian maka akan dengan mudah menimbulkan banyaknya praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat di lingkungan masyarakat dengan melakukan pemasaran produk yang tidak jujur ataupun melawan hukum.

Dilansir pada CNBC Indonesia, pada tahun 2021 tercatat ada 9.393 layanan pengaduan konsumen. Dimana jumlah ini naik 10 kali lipat dari tahun sebelumnya. Sebanyak 95,3 persen atau sekitar 8.949 konsumen yang membuat pengaduan di sektor niaga elektronik atau *e-commerce* karena semakin intensifnya transaksi elektronik konsumen selama pandemi Covid-19.⁵ Keluhan dari konsumen yang melakukan transaksi jual beli secara *e-commerce* tersebut diantaranya seperti barang yang dibeli tidak sesuai dengan apa yang dipajang dalam bentuk gambar, adanya kerusakan barang, waktu pengiriman tidak sesuai dan banyaknya permasalahan lainnya. Padahal pelaku usaha haruslah memiliki tanggung jawab atas produk yang ditawarkan dengan memberikan informasi secara objektif dan jujur. Sesuai dengan asas *the privacy of contract* dimana

⁴ Ayub A. Utomo, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Produk Cacat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Lex Privatum* Vol. VII, (2019): 1.

⁵ Ferry Sandi, "CNBC Indonesia: Konsumen Komplain Makin Banyak, E-Commerce Biang Keroknya!", *CNBC Indonesia*, 10 Januari 2022, diakses 21 Maret 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220110120906-4-305975/konsumen-komplain-makinbanyak-e-commerce-biang-keroknya>.

pelaku usaha bisa dimintai pertanggung jawaban jika ada hubungan kontraktual dengan konsumen.

Barang yang tidak sesuai ini sering disebabkan karena adanya ketidakjujuran dalam proses periklanan dimana merupakan suatu cara promosi atau pengenalan produk yang ditawarkan. Dalam Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa "*Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan*".⁶ Dalam transaksi *e-commerce*, promosi atau periklanan menjadi hal yang penting demi memperkenalkan barang yang ditawarkan. Tanpa adanya iklan mungkin konsumen tidak akan mengetahui mengenai informasi dari barang yang diperdagangkan, tentunya iklan tersebut harus jujur, sehat, dan tidak berbohong.⁸ Sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 4 huruf (c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah "*Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa*".

Selanjutnya pada Pasal 8 menyebutkan bahwa kewajiban dari pelaku usaha yakni: "*melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut*".⁷

⁶ Pasal 1 Ayat (6) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. ⁸ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), 36.

⁷ Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Seperti kasus kerugian konsumen Tokopedia dilansir pada Media Konsumen ditahun 2021 sebagaimana yang dimuat ada 27 kasus komplain dengan kasus komplain atas ketidaksesuaian objek berjumlah 6 kasus. Media Konsumen adalah *startup* terbesar di Indonesia yang bergerak sebagai media sosial untuk memudahkan konsumen dalam memberikan pengalamannya terkait pada transaksi *online*.⁸

Tak hanya itu, pelaku usaha haruslah memiliki itikad baik selama ia menjalankan kegiatan bisnisnya. Itikad baik ini diatur dalam Pasal 7 huruf (a) bahwa kewajiban dari pelaku usaha adalah beritikad baik. Dalam Islam itikad baik diartikan sebagai sifat kejujuran seseorang. Sebagaimana pada Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 284.⁹

لِلَّهِ مَا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ ۗ وَاِنْ تُبْدُوْا مَا فِيْ اَنْفُسِكُمْ اَوْ تَخْفَوْهُ
يُحٰسِبْكُمْ بِهٖ ۗ اللّٰهُ ۙ فَيَغْيِرْ لِمَنْ يَّشَآءُ وَيُعَذِّبْ مَنْ يَّشَآءُ ۗ وَاللّٰهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ
قَدِيْرٌ

Ayat tersebut diartikan bahwa segala niat baik seseorang atau sikap beritikad baik akan mendapatkan ganjaran pahala atas perbuatannya dan niat buruk seseorang atau itikad tidak baik akan mendapatkan sanksi atas perbuatannya.

Peraturan perundang-undangan tentu sangat dibutuhkan demi mengatasi pelanggaran yang dialami oleh konsumen. Konsumen sudah seharusnya mendapatkan pertanggungjawaban dari pelaku usaha atas ketidaksesuaian barang

⁸ Tim Media Konsumen, "Tentang Kita" diakses pada 22 Juni 2022. www.mediakonsumen.com

⁹ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 284.

dalam transaksi *e-commerce* dan pelaku usaha wajib mempertanggungjawabkan kerugian yang dapat dialami oleh konsumen. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman terkait dengan tanggung jawab pelaku usaha.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana aspek itikad baik pada pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dan Hukum Islam?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dalam transaksi *e-commerce* perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui aspek itikad baik pada pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dan Hukum Islam.
2. Untuk mengetahui tentang tanggung jawab pelaku Usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dalam transaksi *e-commerce* perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk menambah wawasan agar lebih memahami terkait Hukum Perlindungan Konsumen terlebih pada tanggung jawab hukum pelaku usaha dan transaksi hukum *e-commerce* dengan

dikaitkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi bagi masyarakat, dapat memberikan pemahaman dan informasi tentang tanggung jawab hukum pelaku usaha yang memberikan gambar tidak sesuai pada transaksi *e-commerce*. Serta bagi pelaku usaha agar meningkatkan iklim usaha yang lebih sehat dan prospektif di masyarakat.

E. Definisi Operasional

Terdapat hal penting yang harus diketahui dari uraian judul yang telah diangkat. Ada dua variabel dalam judul yaitu variabel terikat dan variabel bebas yang dapat dijelaskan sebagai berikut bentuk perdagangan dengan menggunakan jaringan internet sebagai mediana.

1. Variabel terikat yang terdiri dari persoalan ketidaksesuaian objek dalam transaksi *e-commerce*.

Ketidakseuaian objek dapat diartikan sebagai barang yang dipesan tidak sesuai dengan perjanjian yang tertera pada periklanan dalam transaksi online.

2. Variabel bebas yang terdiri dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.
 - a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar perlindungan hukum konsumen. Pasal 8 ayat (1) huruf f

menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian. Kemudian Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen yang diakibatkan dari mengkonsumsi barang yang diperdagangkan.

- b. Hukum Islam, dalam hal ini pandangan mazhab Imam Syafi'i yang dipaparkan oleh Muhammad Rizki Romadhon dalam bukunya mengatakan bahwa jual beli transaksi *e-commerce* diperbolehkan selama barang yang diperjualkan sesuai dengan ciri-cirinya, jika barang tidak sesuai maka pembeli dapat melakukan khiyar.

F. Penelitian Terdahulu

1. Zahra Rahmawati, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (2021), "Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli *Online*".¹⁰ Penelitian dengan menggunakan metode empiris dengan pendekatan melalui perundang-undangan dan pendekatan kasus. Penelitian ini menganalisis tentang tanggung jawab dan perlindungan konsumen pada Tokopedia. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa konsumen masih sering mengalami kerugian dan tidak dapat berbuat banyak selain melayangkan komplain pada layanan jual beli *online* yakni Tokopedia.

¹⁰ Zahra Rahmawati, "Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli Online", UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (2021).

Pada prakteknya banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan kontrak sesuai perundang-undangan. Kemudian pada peraturan tanggung jawab pelaku usaha harus memberikan ganti rugi dan juga kompensasi atas barang yang tidak sesuai berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tokopedia sendiri memiliki tanggung jawab mutlak atas ketidaksesuaian barang. Sementara itu, penyelesaian konflik antar konsumen dan pelaku usaha dapat ditempuh jalur litigasi maupun non litigasi. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha, juga menggunakan pendekatan perundang-undangan. Sedangkan yang menjadi pembedanya adalah pada penelitian ini Zahra menggunakan objek Tokopedia dengan berfokus pada analisis terhadap perlindungan hukum para pihak juga menggunakan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon sedangkan penelitian penulis menggunakan metode normatif dengan fokus penelitian pada ketidaksesuaian barang menggunakan perspektif Hukum Perlindungan Konsumen.

2. Aldila Putra Setyawan, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, (2020), "Tanggung Jawab Terhadap Produk Cacat Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999".¹¹ Penelitian skripsi ini menggunakan metode yuridis empiris

¹¹ Aldila Putra Setyawan, "Tanggung Jawab Terhadap Produk Cacat Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, (2020).

dimana objek penelitian adalah Donkids Konvensi Kediri dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Hasil dari penelitian ini membahas mengenai mekanisme pemesanan barang yang ada di Donkids Konveksi Kediri yang terdiri dari dua cara yakni datang langsung ke toko secara *offline* atau memesan secara tidak langsung melalui media *online*. Adapun dalam pembayarannya minimal 50% dari harga keseluruhan barang. Juga tanggung jawab dari Donkids Konvesi Kediri dalam perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimana sudah sesuai dengan ketentuan hukum Islam dengan memberikan ganti rugi kepada konsumen dan kompensasi atas barang cacat berupa perbaikan, penggantian, potongan harga atau pengembalian uang. Persamaan dari penelitian ini adalah membahas tanggung jawab pelaku usaha dengan perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian dimana penelitian Aldila menggunakan yuridis empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis dan objek yang diteliti adalah Donkids Konveksi Kediri yang berfokus pada produk cacat.

3. Rynaldy Gregorius Purba, Universitas Sumatera Utara, (2021) "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (*E-Commerce*) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan

dan Diperjanjikan”.¹² Skripsi ini menggunakan metode yuridis normatif dengan sifat penelitian deskriptif analitis. Substansi penelitian ini membahas mengenai pengaturan *e-commerce* dalam hukum Indonesia dimana telah diatur dalam KUH Perdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pengaturan transaksi *E-Commerce* Indonesia diakomodasi dengan lahirnya Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Tanggung jawab yang diberikan Shopee kepada konsumen yakni dengan merespon pengaduan dan penyelesaian melalui mediasi. Pihak Shopee juga memberikan pengembalian dana atas kerugian konsumen. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yakni sama-sama menggunakan yuridis normatif dan membahas mengenai ketidaksesuaian objek. Sementara yang menjadi perbedaannya adalah, pada penelitian yang dilakukan Rynaldi berfokus pada perlindungan konsumen dengan objek Shopee.

4. Joshua Morris Lumoindong, *Jurnal Lex Et Societatis*, (2018), “Tanggung Jawab Hukum Oleh Produsen Terhadap Kerusakan Barang Yang Dikonsumsi Konsumen”.¹³ Penelitian ini berbentuk jurnal dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan

¹² Rynaldy Gregorius Purba, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (*E-Commerce*) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan dan Diperjanjikan”, Universitas Sumatra Utara, (2021).

¹³ Joshua morris Lumoindong, “Tanggung Jawab Hukum Oleh Produsen Terhadap Kerusakan Barang Yang Dikonsumsi Konsumen”, *Jurnal Lex Et Societatis*, Vol 6, No 6, (2018).

tujuan untuk mengetahui tanggung jawab produsen-pelaku usaha terhadap kerusakan barang yang dikonsumsi konsumen. Pada penelitiannya, Joshua mengemukakan bahwa tanggung jawab produk dan perlindungan konsumen merupakan dua hal yang tak bisa dipisahkan. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerusakan barang yang dikonsumsi oleh konsumen berdasarkan Pasal 19 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yakni memberikan ganti rugi berupa pengembalian barang atau penggantian yang setara dengan nilai kerugian. Penelitian ini sama-sama membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Akan tetapi yang menjadi pembedanya adalah penelitian ini lebih berfokus pada barang rusak sementara penelitian peneliti berfokus pada barang yang tidak sesuai pada transaksi *e-commerce* dengan menggunakan perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen

5. Khepin Panagian Naibabo, dkk, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Barang Rusak Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Elektronik” (2019), *Patik: Jurnal Hukum*.¹⁴ Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif bersifat deskriptif analitis. Pada penelitiannya Khepin mengemukakan bahwa pada dasarnya tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli yang merugikan konsumen secara umum mempunyai prinsip-prinsip hukum seperti

¹⁴ Khepin Panagian Naibabo, dkk, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Barang Rusak Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Elektronik”, *Patik: Jurnal Hukum*, Vol 8 No 2, (2019).

prinsip tanggung jawab mutlak, dan tanggung jawab dengan pembatasan. Penelitian ini juga berfokus pada tanggung jawab pelaku usaha dalam hal cacat tersembunyi harus membayar ganti kerugian sesuai pada Pasal 1508 KUH Perdata. Tanggung jawab pelaku usaha juga dijelaskan pada Pasal 19 ayat 1 UUPK. Dalam hal rusaknya barang elektronik dianggap melanggar syarat sah perjanjian karena objek cacat dan bertentangan dengan Pasal 1337 KUH Perdata. Persamaan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode yuridis normatif yang juga membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha. Sementara itu perbedaannya yakni pada penelitian Khepin lebih berfokus terhadap perlindungan hukum konsumen dengan menggunakan objek barang rusak elektronik yang berbeda dengan peneliti yakni ketidaksesuaian objek.

Pada beberapa penelitian diatas memiliki persamaan dan bersinggungan dengan topik dari yang ingin diteliti peneliti yakni mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Akan tetapi, pada penelitian ini terdapat objek yang berbeda dari yang lain yakni terhadap ketidaksesuaian objek dalam transaksi *e-commerce* dengan analisis menggunakan perspektif dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk mengetahui tanggung jawab dari pelaku usaha sendiri. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman mendalam terkait tanggung jawab pelaku usaha agar dapat memberikan iklim usaha yang lebih sehat yang telah terkait dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Zahra Rahmawati, "Pertanggung Jawaban Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen atas Ketidaksesuaian Barang dalam Jual Beli Online".	<p>Penelitian ini menganalisis tentang tanggung jawab dan perlindungan konsumen pada Tokopedia. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa konsumen masih sering mengalami kerugian dan tidak dapat berbuat banyak selain melayangkan komplain pada layanan jual beli online yakni Tokopedia. Pada prakteknya banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan kontrak sesuai perundang-undangan. Kemudian pada peraturan tanggung jawab pelaku usaha harus memberikan ganti rugi dan juga kompensasi atas barang yang tidak sesuai berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang</p>	<p>Substansi penelitian sama-sama membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha dan menggunakan pendekatan penelitian perundang-undangan (<i>statute approach</i>).</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris dengan objek penelitian yakni Tokopedia. Dan menggunakan teori perlindungan hukum.</p>

		<p>Perlindungan Konsumen. Tokopedia sendiri memiliki tanggung jawab mutlak atas ketidaksesuaian barang. Sementara itu, penyelesaian konflik antar konsumen dan pelaku usaha dapat ditempuh jalur litigasi maupun non litigasi.</p>		
2.	<p>Aldila Putra Setyawan, "Tanggung Jawab Terhadap Produk Cacat Perspektif KHES dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999".</p>	<p>Penelitian ini membahas mengenai mekanisme pemesanan barang yang ada di Donkids Konveksi Kediri yang terdiri dari dua cara yakni datang langsung ke toko secara <i>offline</i> atau memesan secara tidak langsung melalui media <i>online</i>. Adapun dalam pembayarannya minimal 50% dari harga keseluruhan barang. Juga tanggung jawab dari Donkids Konvesi Kediri dalam perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan</p>	<p>Substansi penelitian sama-sama membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha dengan menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 sebagai perspektif.</p>	<p>Jenis penelitian ini yakni yuridis empiris dengan objek penelitian yakni Donkids Konveksi yang lokasi penelitian berada di Kediri, menggunakan pendekatan yuridis sosiologis serta fokus penelitian terhadap barang cacat.</p>

		Konsumen dimana sudah sesuai dengan ketentuan hukum Islam dengan memberikan ganti rugi kepada konsumen dan kompensasi atas barang cacat berupa perbaikan, penggantian, potongan harga atau pengembalian uang.		
3.	Rynaldy Gregorius Purba, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (<i>E Commerce</i>) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan dan Diperjanjikan”.	Substansi penelitian ini membahas mengenai pengaturan <i>e-commerce</i> dalam hukum Indonesia dimana telah diatur dalam KUH Perdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pengaturan transaksi <i>E-Commerce</i> Indonesia diakomodasi dengan lahirnya Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Tanggung jawab yang diberikan Shopee kepada	Jenis penelitian sama-sama menggunakan yuridis normatif (<i>library research</i>) dan membahas mengenai produk yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan.	Fokus penelitian ini membahas perlindungan hukum kepada konsumen dan penelitian ini mengambil objek Shopee.

		<p>konsumen yakni dengan merespon pengaduan dan penyelesaian melalui mediasi. Pihak Shopee juga memberikan pengembalian dana atas kerugian konsumen.</p>		
4.	<p>Joshua Morris Lumoindong, “Tanggung Jawab Hukum Oleh Produsen Terhadap Kerusakan Barang Yang Dikonsumsi Konsumen”.</p>	<p>Pada penelitiannya, Joshua mengemukakan bahwa tanggung jawab produk dan perlindungan konsumen merupakan dua hal yang tak bisa dipisahkan. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerusakan barang yang dikonsumsi oleh konsumen berdasarkan Pasal 19 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yakni memberikan ganti rugi berupa pengembalian barang atau penggantian yang setara dengan nilai kerugian.</p>	<p>Metode penelitian yang sama yakni menggunakan yuridis normatif (<i>library research</i>) serta Substansi penelitian sama-sama membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha.</p>	<p>Penelitian ini lebih berfokus terhadap kerusakan barang dengan ditinjau terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik</p>

5.	Khepin Panagian Naibabo, dkk, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Barang Rusak Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Elektronik".	<p>Pada penelitiannya Khepin mengemukakan bahwa pada dasarnya tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli yang merugikan konsumen secara umum mempunyai prinsip-prinsip hukum seperti prinsip tanggung jawab mutlak, dan tanggung jawab dengan pembatasan. Penelitian ini juga berfokus pada tanggung jawab pelaku usaha dalam hal cacat tersembunyi harus membayar ganti kerugian sesuai pada Pasal 1508 KUH Perdata. Tanggung jawab pelaku usaha juga dijelaskan pada Pasal 19 ayat 1 UUPK dalam hal rusaknya barang elektronik melanggar syarat sah perjanjian karena objek cacat dan bertentangan dengan Pasal 1337 KUH Perdata.</p>	<p>Jenis penelitian sama-sama menggunakan yuridis normatif (<i>library research</i>). Dan substansi penelitian juga membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha.</p>	<p>Penelitian ini lebih berfokus pada perlindungan hukum bagi konsumen dengan objek penelitian yakni barang elektronik yang rusak.</p>
----	--	---	--	--

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan yakni penelitian yuridis normatif menggunakan bahan-bahan dari pengaturan-pengaturan tertulis. Penelitian ini untuk menganalisis terkait tanggung jawab hukum pelaku usaha menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Hukum Islam, dan peraturan lainnya. Sebutan lain untuk jenis penelitian ini yakni penelitian kepustakaan karena menekankan pada pengumpulan dalam pengambilan datanya menggunakan literasi kepustakaan.¹⁵

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan beberapa pendekatan. Pertama, pendekatan perundang-undangan (*statute approach*).¹⁶ Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan telaah peraturan perundang-undangan dan peraturan yang berkaitan dengan isu peneliti yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2019 tentang pelaksanaan Transaksi Elektronik, dengan melihat bagaimana tanggung jawab dari pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek pada transaksi *e-commerce*. Kedua, pendekatan konseptual (*conceptual approach*).¹⁶ Pendekatan ini dilakukan peneliti dengan

¹⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 41.

¹⁶ Dyah Ochtoria, A'an Efendi, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), 110.

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta, Kencana, 2007), 137.

¹⁸ Marzuki, *Penelitian Hukum*, 155.

menganalisis terkait dengan konsep tanggung jawab pelaku usaha yang dibarengi dengan mengkaji transaksi elektronik.

3. Bahan Hukum

a) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan sumber data pokok yang dihasilkan dari subjek penelitian dan bersifat mengikat. Adapun bahan hukum primer yang diperoleh yakni dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Al-Qur'an dan lainnya.

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan sumber data yang menjadi penguat dan juga pendukung dari bahan hukum primer atau data pokok utama. Data ini bisa dihasilkan secara tidak langsung dalam penelitian. Sumber bahan hukum primer yang digunakan meliputi buku-buku, jurnal penelitian, maupun hasil penelitian serupa.¹⁸ Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini ialah hubungan antara tanggung jawab pelaku usaha dan transaksi *e-commerce* yang dapat ditemukan pada sumber jurnal, skripsi, tesis, maupun disertasi.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah serangkaian cara dan proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencarian, dan presentasi fakta untuk tujuan tertentu. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari serta memahami buku-buku yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen seperti buku Hukum Perlindungan Konsumen, jurnal-jurnal tentang tanggung jawab pelaku usaha dan lainnya serta peraturan perundang-undangan, dokumen dan juga berkas yang setema dengan penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Metode pengolahan data yang digunakan yakni deskriptif kualitatif merupakan suatu tipe pendekatan yang memberikan gambaran, penjelasan dan pemahaman mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha. Dimana dimulai dengan klasifikasi dan identifikasi masalah yang dikaji berdasarkan perundang-undangan yang terkait guna melihat bagaimana tanggung jawab hukum pelaku usaha. Peneliti mendeskripsikan tentang penelusuran data yang diperoleh dari buku, jurnal-jurnal, penelitian terdahulu, yang dikaitkan dengan konsep Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan hukum Islam yang berkaitan dengan jual beli. Kemudian dianalisis menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Setelah analisis kemudian menyimpulkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan, pada bab ini penulis memaparkan secara general isi dan tujuan dalam penelitian. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan metode penelitian yang dirangkai penulis antara lain: Pertama, mengenai jenis penelitian yaitu penelitian yuridis normatif. Kedua, pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Ketiga, jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Keempat, teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan melalui identifikasi bahan hukum yang berkaitan dengan kajian peneliti. Kelima, teknik pengolahan data berupa deskriptif kualitatif yang memberikan gambaran, penjelasan dan pemahaman. Kemudian hasil tersebut dijadikan narasi dan diakhiri dengan menarik kesimpulan. Dengan pemaparan tersebut diharapkan pembaca mengetahui arah penelitian penulis.

Bab II berisi tinjauan pustaka, dalam bab ini berisi pemaparan teori dan konsep yang mendasari penelitian dan menyajikan referensi analitis nantinya dijadikan sebagai landasan teori dalam menganalisis dan mengkaji problematika serta memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

Bab III ini berisi mengenai pembahasan dalam penelitian mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha atas gambar tidak sesuai dalam transaksi *e-commerce* dengan meninjau terhadap Perlindungan Hukum Konsumen. Dalam hal ini peneliti mengkaji terhadap bagaimana asas itikad baik dan tanggung jawab hukum dari pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dalam transaksi *e-commerce*.

Bab IV sebagai Penutup, di bab ini berisi kesimpulan dan saran yang merupakan rangkaian akhir atas suatu penelitian. Kesimpulan yang menjelaskan dengan jelas dan padat mengenai jawaban dalam rumusan masalah yang diangkat oleh penulis. Selain itu pada bab ini juga penulis memaparkan saran atas hasil analisis dan paparan data dan juga berisi harapan agar penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang maksimal untuk masyarakat umum dan juga khususnya instansi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang E-Commerce

1. Pengertian *E-Commerce*

E-Commerce merupakan salah satu bentuk perdagangan dengan menggunakan jaringan internet sebagai mediana. Internet sendiri dapat diartikan yakni suatu media komunikasi dan informasi yang bisa digunakan untuk berbagai kegiatan seperti mencari informasi, mengirim pesan dan perdagangan.

Transaksi elektronik sendiri merupakan sebuah inovasi baru dalam perdagangan dimana telah meninggalkan kebiasaan lama yakni dengan cara tatap muka dan satu pihak harus mendatangi pihak lainnya, karena transaksi elektronik menggunakan basis *internet* untuk penghubung antara satu pihak dan pihak lainnya. Meskipun tidak dilakukan dengan cara bertatap muka transaksi elektronik harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku karena para pihak juga terlindungi dalam peraturan undang-undang. Ada empat pembagian karakteristik dari *E-Commerce* yakni¹⁷:

a. *Business to Business (B2B)*

¹⁷ Budi Agus, *Regulasi Hukum dalam Transaksi E-Commerce*, (Jakarta: Jurnal Media Neliti, 2015), 136.

Dalam hal ini telah terjadi hubungan bisnis atau partner bisnis dengan sebelumnya yang telah dilakukan berulang-ulang dimana yang melakukan hanya subjek bisnis atau orang yang sudah dekat. Hal itu kemudian dilakukan secara terus menerus dan bisa berlangsung lama dengan bisnis tersebut.

b. Business to Consumer (B2C)

Dalam *E-Commerce* ini hubungan akan terjalin dengan dibuka untuk umum, berjalannya bisnis sesuai dengan permintaan yang masuk dimana seluruh informasi disebarluaskan secara menyeluruh. Hubungan inilah yang biasa kita jumpai dimana konsumen yang melakukan transaksi baik untuk keperluan pribadi dan sebagainya, dapat dikatakan bahwa konsumen merupakan rantai terakhir dalam produksi.

c. Consumer to Consumer (C2C)

Consumer to Consumer adalah seorang konsumen menjual barangnya kepada konsumen lainnya, pada hal ini konsumen membeli barang tetapi tidak dikonsumsi melainkan untuk mengiklankan yang bertujuan diperjualbelikan kepada konsumen yang lain agar dapat meraih keuntungan dalam proses tersebut.

d. Consumer to Business (C2B)

Consumer to Business (C2B) yakni suatu konsep dimana konsumen atau individu menciptakan nilai atas sesuatu dan perusahaan mengkonsumsi nilai dari sesuatu tersebut. Misalnya seorang

konsumen yang memberikan nilai *review* atas suatu produk, yang hal itulah yang dikonsumsi oleh perusahaan. Akhir-akhir hal ini menjadi marak dimana konsumen menjual nilai dan perusahaan membelinya karena penilaian dari konsumen lebih dihargai dan kemudian hal ini dijadikan sebagai bisnis oleh konsumen.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan pengertian dari *e-commerce* merupakan perdagangan secara elektronik yakni dimana perdagangan barang dan/atau jasa dilakukan secara daring melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Sedangkan transaksi elektronik merupakan sebuah transaksi yang dilakukan melalui jaringan komputer dan media elektronik.¹⁸

Di dunia yang *modern* seperti sekarang ini, *e-commerce* memberikan pengaruh besar dalam perekonomian masyarakat dan juga tata sosial. Karena *e-commerce* dapat memberi peran penting dalam sektor bisnis baik khusus maupun umum karena dengan adanya *ecommerce* maka dapat mengurangi biaya operasional dimana saat ini masyarakat membutuhkan pelayanan yang cepat dan akurat. Ini merupakan salah satu gejala dari perkembangan informasi yang tumbuh secara cepat.

Pada beberapa literatur, *e-commerce* sering disamakan dengan istilah *electronic business* atau *online transaction*. Meskipun pada

¹⁸ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, BAB I Ketentuan Umum Pasal 1 Angka 14 dan 15.

beberapa pihak mereka tidak menyetujui persamaan istilah tersebut. pada sebagian kalangan, *e-commerce* diartikan secara sempit sebagai suatu transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan *internet*. Sedangkan *electronic business* diartikan sebagai lingkup yang lebih luas yang dapat mencakup layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis, dan transaksi elektronik internal dalam sebuah organisasi.¹⁹

2. Tujuan dan Manfaat Jual Beli E-Commerce

Aplikasi dari e-commerce tentunya memiliki tujuan yang mana sebagai berikut²⁰:

- a. *Costomer* atau pembeli yang hendak bertransaksi jual beli barang lewat internet hanya membutuhkan akses internet dan *interface*-nya menggunakan *web browser* saja.
- b. Menjadikan portal *e-commerce* tak hanya menjadi portal berbelanja saja tetapi dapat berguna sebagai tempat berkumpulnya komunitas dengan membangun komunitas dan membuat konsep pasar yang bukan hanya tempat jual beli tetapi juga bisa sebagai pusat informasi (*release*, konsultasi, *product review*).
- c. Dapat memberikan informasi yang *up to date* serta komunikasi multi-arah yang dinamis.

¹⁹ Anastasia Diana, *Mengenal Electric Business*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001), 11.

²⁰ Nindy Astuti, "Manfaat E-Commerce Bagi Pengguna Bisnis Online", Wordpress, diakses 15

- d. Memberikan pengelolaan pada pelayanan, kombinasi konsepsi, pelayanan konvensional dan virtual serta memberikan respon yang cepat, ramah, dinamis, informatif, dan komunikatif.
- e. Pada model pembayaran dapat dilakukan dengan kartu kredit ataupun transfer.

Tak hanya itu, perusahaan tentunya juga dapat merasakan manfaat yang diberikan pelanggan *e-commerce* dalam penggunaannya yakni²¹:

- a. Mendapatkan pelanggan baru baik itu dari pasar domestik maupun luar negeri.
- b. Dapat menarik konsumen untuk menjadi pelanggan tetap.
- c. Dengan adanya *e-commerce* maka memungkinkan perusahaan untuk dapat terus meningkatkan mutu pelayanannya dengan melakukan interaksi kepada konsumen mengenai apa yang diinginkan konsumen agar lebih nyaman bertransaksi di perusahaannya.
- d. Perusahaan dapat melayani konsumen tanpa batas waktu karena dengan adanya pelanggan maka bisa melakukan transaksi dan memanfaatkan layanan perusahaan tanpa harus terikat dengan waktu buka ataupun tutup perusahaan tersebut.

E-commerce dapat memberikan pilihan kepada pelaku usaha atas jenis usaha dan skala usaha yang akan dikembangkannya. Pelaku usaha juga dapat memilih target pasarnya misal apakah ingin berfokus pada pasar global atau hanya pada segmen pasar tertentu. Pada skala usaha kecil dan

²¹ Nindy Astuti, "Manfaat *E-Commerce* Bagi Pengguna Bisnis *Online*", Wordpress, diakses 15

menengah, pelaku usaha dapat menawarkan suatu produk yang berkualitas dan terjangkau serta dapat memiliki kepercayaan diri dalam menghadapi pesaing. Persoalan biaya tidak lagi menjadi kendala karena pada usaha kecil dan menengah, pelaku usaha dapat berfokus untuk menunjukkan produk atau jasa dengan kualitas terbaik melalui *websitenya* dan dapat melakukan penjualan secara *online*. Pelaku usaha atau produsen juga memiliki kesempatan untuk merubah daftar harga secara kustom pada produk barang yang ditawarkannya secara cepat melalui *website*. Dengan menggunakan *e-commerce* maka sesuatu yang dulunya memerlukan waktu lama kini menjadi mudah dan praktis. Pada *e-commerce* juga dapat membantu membangun database pelanggan yang komprehensif. Tentunya produsen dapat menggunakannya sebagai informasi pola pemesanan yang berguna bagi usahanya. Database tersebut dapat membantu ketika produsen hendak memasarkan barangnya dan menjadikan strategi promosi dengan target yang tepat sasaran²².

3. Aspek Hukum *E-Commerce*

- a. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Dalam *cyberspace* banyak terjadi ketidakpastian dan risiko bisnis yang tinggi karena merupakan hal yang masih baru dan tidak ada

²² Nindy Astuti, "Manfaat E-commerce Bagi Pengguna Bisnis Online", Wordpress, diakses 15 Maret 2022, <https://nindyastuti52.wordpress.com/2011/01/28/manfaat-e-commerce-bagipengguna-bisnis-online/>.

ketentuannya. Dalam hukum sendiri ada beberapa masalah-masalah legal yang belum terjangkau yakni kontrak *online*, *e-commerce*, pembayaran elektronik, *chat*, *e-mail* dan lainnya.²³ Sebelumnya, kegiatan yang berhubungan dengan e-commerce diatur dalam berbagai perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek, Undang-Undang Telekomunikasi Nomor 36 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Paten dan lainnya yang kemudian dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik²⁴.

Kemudian Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disahkan dan diterapkan secara umum untuk semua kegiatan yang berkenaan dengan perjanjian jual beli menggunakan dasar hukum pasal 1320 KUH Perdata. Begitupun pada perjanjian ataupun jual beli *online* menggunakan media elektronik yang sebelumnya menggunakan aturan hukum KUH Perdata. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan wujud dari tanggung

²³ Lathifah Hanim, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi", *Jurnal Pembaharuan Hukum* Volume 1 No. 2 (2014): 196.

²⁴ Ahmad Siregar, "Keabsahan Jual Beli Online Shop Ditinjau Dari UU No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik", (*Jurnal Ilmiah Advikasi*, 2019): 116.

jawab negara. Yang bertujuan untuk memberikan perlindungan dan memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi agar terlindungi dari potensi kejahatan dan penyalahgunaan transaksi jual beli yang dilakukan dengan alat elektronik dalam transaksi elektronik harus memiliki kekuatan hukum yang sesuai dengan kontrak konvensional. Sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi “*Transaksi elektronik yang dituangkan dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak*”²⁵. Disini para pihak merupakan mereka yang mengikatkan diri dari kesepakatan yang disetujui masing-masing.

b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam hal *e-commerce*, aspek hukum perlindungan konsumen berkaitan dengan konsumen yakni pada aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Terhadap hal yang dilarang bagi pelaku usaha sudah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dari Pasal 8 sampai Pasal 17.²⁶ Aspek ini diberlakukan jika dapat dibuktikan bahwa barang dan/jasa yang diperdagangkan pada *e-commerce* melanggar ketentuan. Terkait hal ini juga dilarang memberikan iklan yang mengelabui ataupun menyesatkan

²⁵ Pasal 18 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

²⁶ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadat Media, 2002), 28.

konsumen dengan seolah-olah mengatakan bahwa produk tersebut ditawarkan dalam kondisi yang baik namun kenyataannya tidak.

Tanggung jawab juga berlaku kepada pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* jika konsumen menemukan ketidaksesuaian dalam transaksi jual beli dan/atau jasanya. Hal ini sudah diatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 19 sampai Pasal 28. Ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan perbuatan yang merugikan konsumen dimana dapat berbentuk kerusakan, pencemaran barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya berlaku pada pelaku usaha yang memproduksi barang dan/atau jasa tetapi juga bagi pelaku usaha periklanan serta importir barang atau penyedia jasa asing.²⁷

Aspek hukum ini akan berlaku jika antara konsumen dan pelaku usaha berada dalam satu *yurisdiksi* yang sama yakni wilayah Indonesia karena akan timbul masalah jika konsumen dan pelaku usaha berada dalam yurisdiksi berbeda.²⁸ Jika pelaku usaha berada di luar negeri wilayah Indonesia maka berpatokan pada perjanjian yang telah disepakati antara para pihak. Pada umumnya dalam perjanjian akan dimuat klausula *choice a law* (pilihan hukum), akan tetapi pada beberapa pelaku usaha seperti amazon.com menerapkan klausula *condition of use* yang diterbitkannya sendiri untuk penegasan kepada

²⁷ Dedy Pariadi, "Pengawasan E-Commerce Dalam Uu Perdagangan dan UU Perlindungan Konsumen", (Jurnal Hukum & Pembangunan, 2018): 654.

²⁸ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, 29.

setiap transaksi bahwa hukum yang berlaku adalah “*The Law of State of Washington*”.

B. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah sebuah istilah yang dipakai untuk memberikan gambaran atas perlindungan hukum dimana perlindungan hukum ini diberikan kepada mereka selaku konsumen agar dapat memenuhi kebutuhannya dari hal yang bisa merugikan konsumen itu.²⁹ Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri menyatakan bahwasannya perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁰ Perlindungan konsumen sendiri mempunyai cakupan yang luas yakni perlindungan terhadap barang dan jasa, yang diawali dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai pada akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut.

Sementara itu perlindungan konsumen dapat dibedakan menjadi dua cakupan aspek, yakni:³³

- Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak selaras dengan apa yang telah disepakati
- Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

²⁹ Dr. Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2016), 21

³⁰ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. ³³ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994), 152.

Pengertian Hukum Konsumen menurut Az. Nasution yang menjelaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang menurut beliau: *“Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara pengguna dan penyedia dalam kehidupan bermasyarakat.”*³¹

Sedangkan terhadap batasan dari hukum perlindungan konsumen yang mana merupakan bagian khusus dari hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai:

*“Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.”*³²

Segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tidak saja terdapat dalam tindakan preventif akan tetapi pada tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Maka dari itu pengaturan mengenai perlindungan konsumen dilakukan dengan: Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.

1. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.

³¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, 37.

³² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, 22.

2. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
3. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
4. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Tegasnya, hukum perlindungan konsumen adalah seluruh peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya seperti keputusan hakim yang substansinya mengatur tentang kepentingan konsumen. Yang sudah terkait dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 64 yang berbunyi:

“Segala ketentuan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini”.³³

A Zen Umar Purba mengemukakan mengenai kerangka umum terhadap sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen sebagai berikut³⁴:

- a. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha.
- b. Konsumen mempunyai hak.

³³ Pasal 64 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁴ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008), 4.

- c. Pelaku usaha mempunyai kewajiban.
- d. Pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembangunan nasional.
- e. Perlindungan konsumen dalam iklim bisnis yang sehat.
- f. Adanya Keterbukaan dalam promosi barang maupun jasa.
- g. Pemerintah perlu berperan aktif.
- h. Masyarakat juga perlu berperan aktif.
- i. Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang.
- j. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.

2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Menurut Paul Scholten asas hukum adalah kecenderungan dalam memberikan penilaian hukum yang bersifat etis. Menurut Satjipto Rahardjo sendiri asas hukum mengandung tuntutan etis, yang merupakan jembatan antara peraturan dan cita-cita sosial serta pandangan etis masyarakat. Ia berpendapat bahwasannya asas hukum itu bukan merupakan peraturan hukum, namun tidak hukum yang bisa dipahami tanpa mengetahui asas-asas hukum yang ada di dalamnya, asas-asas hukum memberi makna etis kepada setiap peraturan-peraturan hukum serta tata hukum. Asas-asas ini merupakan fondasi untuk undang-undang dan juga peraturan pelaksanaannya. Yang jika fondasi asas-asas tersebut dikesampingkan dapat menyebabkan runtuhnya bangunan undang-undang dan segenap peraturan pelaksanaannya.

Sebagaimana yang tercantum dalam UUPK Pasal 2, perlindungan konsumen yang berdasarkan pada manfaat, keadilan, keseimbangan, kepastian hukum, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Penyelenggaraan perlindungan konsumen juga berdasarkan terhadap lima asas yang sesuai dengan pembangunan nasional, yakni³⁵:

1. Asas Manfaat

Maksud dari asas ini adalah mengamanatkan segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen, yang mana harus memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada konsumen dan juga seluruh pelaku usaha sehingga tidak adanya pihak yang merasakan adanya diskriminasi. Dalam asas ini juga menghendaki untuk pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak hanya menempatkan satu pihak diatas pihak yang lain atau sebaliknya, tetapi agar perlindungan konsumen itu dapat diberikan pada masing-masing pihak. baik itu konsumen maupun produsen.

2. Asas Keadilan

Dalam hukum perlindungan konsumen, yang dimaksud dengan asas keadilan yakni agar partisipasi masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan juga produsen untuk dapat memperoleh haknya, serta dapat mewujudkan kewajibannya secara adil agar tidak menimbulkan kerugian pada

³⁵ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali, 2014), 192.

salah satu pihak. Pada asas ini juga menghendaki pengaturan dan juga penegakan hukum perlindungan konsumen tersebut, yang antara konsumen dan juga produsen harus dapat berlaku adil dalam perolehan hak dan kewajibannya yang dilakukan secara seimbang. Hal ini juga sudah diatur dalam UUPK antara konsumen dan juga produsen.

3. Asas Keseimbangan

Dalam asas ini menyatakan bahwa antar kepentingan produsen, konsumen dan pemerintah dalam hal ini harus memberi keseimbangan yang dapat berarti materil maupun spiritual. Agar antar konsumen, produsen dan juga pemerintah bisa mendapatkan manfaat yang seimbang dari pengaturan serta penegakan perlindungan konsumen. Kepentingan tersebut harus diatur dan diwujudkan secara seimbang baik hak maupun kewajibannya masing-masing dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Sehingga tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan hukum atas kepentingan yang lebih besar antara satu dan lainnya.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberi jaminan, keamanan, keselamatan dan juga kenyamanan kepada konsumen dalam pemanfaatan, penggunaan, pemakaian dan juga konsumsi barang dan jasa. Dengan adanya kedua asas ini maka konsumen bisa mendapatkan manfaat dari produk atau jasa yang

dikonsumsi atau dipakai dan juga sebaliknya. Dalam UUPK, sejumlah kewajiban dan juga larangan harus dapat dipatuhi antara konsumen dan juga produsen ketika memproduksi dan mengedarkan produk barang atau jasa yang dihasilkannya.

5. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum bermakna bahwa antara konsumen dan produsen bisa menaati hukum dan juga memperoleh keadilan dalam penyelenggaraannya dan negara harus memberi jaminan atas kepastian hukum. Yang dengan demikian UUPK dapat mengharapkan perwujudan dari aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang ada dalam undang-undang tersebut untuk dapat diwujudkan dalam pergaulan hidup masyarakat dan kehidupan sehari-hari sehingga tiap pihak dapat memperoleh keadilan yang sudah ditetapkan dalam undang-undang³⁶.

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan bentuk usaha bersama yang dilakukan antara konsumen, produsen, dan juga pemerintah sebagai pembentuk atas peraturan undang-undang yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen. Jika membahas mengenai perlindungan konsumen maka tentu akan membahas mengenai tujuan dan asas dari hukum perlindungan konsumen.

³⁶ Jeanus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014), 11-12.

Dalam pasal 3 UUPK, tujuan dari perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemandirian, dan kemampuan konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen agar dapat tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa untuk menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.³⁷

4. Hubungan Konsumen dan Pelaku Usaha.

Ada dua subjek dalam perlindungan konsumen yakni konsumen dan pelaku usaha. Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang yakni setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang ada di

³⁷ Sudjana dan Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, (Bandung: CV. Keni Media, 2016), 82-83.

masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, orang lain, keluarga, ataupun makhluk hidup dan tidak diperdagangkan. Sedangkan pengertian dari pelaku usaha adalah setiap orang atau perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum atau bukan yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama dalam perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi.³⁸

Dalam sejarah perlindungan konsumen dikenal *asas the privacy of contract*. Asas ini diartikan bahwa pelaku usaha bisa dimintai pertanggung jawaban jika ada hubungan kontraktual dengan konsumen, sehingga hukum konsumen juga dapat berkaitan dengan hukum perikatan khususnya pada perikatan Perdata. Sebuah perikatan antara konsumen dan pelaku usaha dapat terjadi jika antar keduanya ada kesepakatan untuk membeli atau menggunakan suatu barang dan jasa pelaku usaha. Inilah yang mengakibatkan timbulnya hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha juga hak dan kewajiban dari para pihak. Hak dan kewajiban tersebut dapat dipertahankan dihadapan pengadilan.³⁹

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha saling bergantung satu sama lain karena mereka memiliki keterikatan, dimana keduanya saling membutuhkan. Jika tidak ada konsumen maka pelaku usaha tidak

³⁸ Celina Tri Siwi Kristiayanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 41.

³⁹ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 6. ⁴³ Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 43.

dapat menjalankan usahanya begitupun jika tidak ada pelaku usaha maka konsumen tidak bisa memenuhi kebutuhannya. Jika konsumen tidak memahami hak-haknya dan juga pelaku usaha tidak menjalankan kewajiban dan tanggung jawabnya maka akan sering terjadi permasalahan. Tiap kali terjadi permasalahan, konsumen selalu memiliki posisi yang lemah, hal ini disebabkan oleh⁴³:

- Pada model pasar sering terjadi perubahan yang besar, yang mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang kecil untuk mengevaluasi barang atau jasa yang akan diterimanya;
- Pada masyarakat *modern*, pelaku usaha memberikan tawaran atas produk yang baru dihasilkan dari kemajuan teknologi dan manajemen dimana barang-barang tersebut diproduksi secara massal;
- Metode periklanan di zaman modern ini (*modern advertising methods*) sering melakukan periklanan disinformasi atau tipuan pada konsumen daripada memberikan informasi objektif; dan
- Pada akhirnya konsumen memang berada pada posisi tawar yang tidak seimbang.

5. Hak dan Kewajiban Konsumen

Sesuatu yang harus didapatkan oleh setiap orang merupakan pengertian dari hak dimana hal tersebut sudah diatur dan ditetapkan oleh undang-undang. Perlindungan konsumen juga berkaitan dengan perlindungan hukum dimana perlindungan hukum yang didapatkan

konsumen bukan hanya berkaitan dengan fisik saja akan tetapi juga esensi dari hak-hak yang bersifat abstrak.⁴⁰

Dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 mengatur mengenai hak-hak yang dimiliki konsumen antara lain sebagai berikut⁴¹:

1. Hak atas keamanan, keselamatan dan kenyamanan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk mendapatkan barang atau memilih barang dan/atau jasa;
3. Hak untuk memperoleh informasi yang benar, jujur, dan jelas mengenai kondisi dan jaminan dari barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan juga keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Untuk mendapatkan pendidikan dan pembinaan mengenai konsumen;
7. Hak untuk mendapatkan perlakuan secara benar dan juga pelayanan yang jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi dan ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan;

⁴⁰ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), 19.

⁴¹ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

9. Dan hak-hak yang telah diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Sebagai konsumen selain harus memperhatikan hak-haknya juga harus memperhatikan kewajiban dalam semua aktivitasnya dengan pelaku usaha. Kewajiban yang dimiliki sebagai seorang konsumen juga harus diperhatikan, hal ini agar tetap memberikan manfaat untuk kepentingan konsumen sendiri.⁴²

6. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (3) yakni setiap perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum dimana didirikan atau berkedudukan dan menjalankan kegiatan usaha dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik bersama-sama maupun sendiri yang dilakukan melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi. Dalam penjelasan undang-undang tersebut yang termasuk dari pelaku usaha diantaranya perusahaan, BUMN, importir, pedagang, distributor, korporasi, koperasi dan lainnya.⁴³

Istilah dari pelaku usaha berarti produsen yang berasal dari bahasa Belanda (*producent*) dan bahasa Inggris (*Producer*) yang diartikan sebagai penghasil. Sedangkan produsen menurut yuridis disebut dengan pelaku usaha

⁴² Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 21.

⁴³ Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 21.

7. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Sama halnya dengan konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak-hak dan juga kewajiban yang harus diberikan dan dihormati. Adapun mengenai hak dan kewajiban dari pelaku usaha telah diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, yang menyebutkan hak-hak dari pelaku usaha atau produsen antara lain sebagai berikut⁴⁴:

- Hak menerima pembayaran yang sudah sesuai dengan kesepakatan tentang nilai tukar dan kondisi dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- Hak agar mendapatkan perlindungan dari konsumen yang melakukan tindakan tidak beritikad baik;
- Hak untuk melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- Hak untuk rehabilitasi nama baik jika dapat dibuktikan bahwasannya kerugian konsumen tidak disebabkan dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- Hak-hak lainnya yang telah diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Dari hak-hak diatas kemudian diharapkan agar perlindungan konsumen tidak mengabaikan kepentingan dari pelaku usaha. Pelaku

⁴⁴ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

usaha juga dibebankan kewajiban sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 yakni⁴⁵:

- Memiliki itikad baik selama menjalankan kegiatan usahanya;
- Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan atas penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- Melayani dan juga memperlakukan konsumen secara jujur dan benar serta tidak diskriminatif;
- Menjamin atas mutu barang dan/atau jasa dari produksi atau diperdagangkan sesuai dengan dasar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan mencoba barang dan/atau jasa tertentu, dan juga memberikan jaminan garansi atas barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan;
- Memberikan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan.

Jika terdapat cacat tersembunyi dalam barang yang diperdagangkan dan tidak diberitahu kepada pembeli atau konsumen maka pelaku usaha wajib menanggung cacat dari barang tersebut. Sesuai dengan yang tertera pada Pasal 1492 yang menyatakan bahwa *“Penanggungan yang menjadi kewajiban si penjual terhadap si pembeli, adalah untuk*

⁴⁵ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

menjamin dua hal yakni pertama penguasaan benda yang dijual secara aman dan tentram, kedua terhadap adanya cacat-cacat barang tersebut yang tersembunyi, atau yang sedemikian rupa sehingga menerbitkan alasan untuk pembatalan pembeliannya.’⁴⁶

8. Larangan Bagi Pelaku Usaha

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya menyebutkan ketentuan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha ketika menjalankan usahanya, tetapi juga menyebutkan secara eksplisit tentang perbuatan yang tidak boleh atau dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Pengaturan mengenai perbuatan yang dilarang dilakukan ini baik dalam mengedarkan dan memproduksi barang dan/atau jasa bertujuan agar pelaku usaha tidak melakukan hal yang melanggar hak-hak dari konsumen yang seharusnya diperoleh dan juga tidak merugikan konsumen atas barang dan/atau jasa yang diproduksi.⁴⁷

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat (1) menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang⁴⁸:

- Tidak sesuai atau tidak memenuhi standar yang telah dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan;

⁴⁶ BIP, *Kitab-Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Buahana Ilmu Populer, 2021), 396.

⁴⁷ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 62.

⁴⁸ Pasal 8 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, netto, dan jumlah hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- Tidak sesuai dengan ukuran, timbangan, takaran dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana yang dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- Tidak sesuai dengan komposisi, mutu, proses pengolahan, tingkatan, mode, gaya, dan penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
- Tidak mengikuti ketentuan produksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, akibat samping, tanggal pembuatan, alamat dan nama dari pelaku usaha dan juga keterangan lain untuk penggunaan menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

- Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ada dan berlaku.

Selain itu dalam Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menyebutkan bahwa, “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar tanpa memberitahukan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud”.⁴⁹

9. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam KBBI pengertian dari tanggung jawab yakni suatu keadaan wajib menanggung segala sesuatunya, sehingga dalam kamus ini bertanggung jawab dapat diartikan sebagai keadaan dimana seseorang wajib menanggung, memberikan jawaban, menilik jawab, menanggung segala sesuatunya dan menanggung akibat.⁵⁴ Dalam perlindungan konsumen sendiri prinsip tanggung jawab menjadi hal yang sangat penting. Banyaknya kasus-kasus pelanggaran hak yang dialami konsumen membuat adanya kehati-hatian dalam hal menganalisis siapa yang bertanggung jawab dan sejauh manakah tanggung jawab dibebankan atas pihak terkait. Ada beberapa prinsip tanggung jawab yang dapat dibebankan dalam perlindungan konsumen yakni sebagai berikut⁵⁰:

⁴⁹ Pasal 8 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. ⁵⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1623.

⁵⁰ Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 92.

a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*).

Dalam prinsip ini menyatakan bahwasannya seseorang baru dapat dimintai pertanggungjawaban jika terdapat unsur kesalahan yang dilakukan. Seperti yang tertera dalam Pasal 1365 KUHPerdara, “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut”.

Prinsip tanggung jawab ini sering dibebankan dalam tanggung jawab produk dengan harapan agar pelaku usaha yang melakukan kesalahan dan mengakibatkan kerugian kepada konsumen dapat memberikan ganti rugi dengan besaran ganti rugi sesuai dengan kerugian yang didapat oleh konsumen.⁵¹

b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability principle*).

Dalam prinsip ini menyatakan bahwa tergugat dapat dianggap selalu bertanggung jawab sampai dia dapat membuktikan bahwasannya dia tidak bersalah. Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga terdapat sistem pembuktian terbalik yang ditegaskan dalam Pasal 28 Undang-Undang. Teori ini dapat digunakan dalam perlindungan konsumen karena jika menggunakan teori ini maka pelaku usahalah yang berkewajiban untuk

⁵¹ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 73.

membuktikan apakah ia bersalah atau tidak, dengan menghadirkan bukti-bukti yang dapat menegaskan dirinya tidak bersalah. Tetapi bukan berarti konsumen bisa dengan sesuka hati menggugat pelaku usaha, konsumen juga harus menerima digugat kembali jika tidak dapat menunjukkan kesalahan.⁵²

c. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Prinsip ini hampir mirip dengan prinsip tanggung jawab absolut yakni dimana prinsip tanggung jawab tidak didasarkan atas faktor kesalahan yang menentukan tanggung jawab, tetapi ada beberapa pengecualian yang bisa membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawabnya, misalnya faktor dalam keadaan *force majeure*.

d. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*).

Pada prinsip ini pelaku usaha dapat mencantumkan klausula eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Klausula eksonerasi sendiri dapat membatasi tanggung jawab yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen. Prinsip ini disenangi para pelaku usaha karena dapat dengan sepihak mencantumkan klausula eksonerasi dan membatasi tanggung jawabnya.⁵³ Akan tetapi prinsip ini juga dapat merugikan konsumen jika ditetapkan secara sepihak. Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri menghendaki bahwa pelaku usaha tidak boleh membuat atau

⁵² Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 95.

⁵³ Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 98.

mencantumkan klausula secara sepihak yang dapat merugikan konsumen termasuk dalam membatasi tanggung jawab kepada konsumen. Jika pelaku usaha membuat pembatasan tanggung jawab maka harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.⁵⁴

⁵⁴ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 70-71.

BAB III

PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Analisis Asas Itikad Baik Pelaku Usaha atas Adanya Ketidaksesuaian

Objek dan Hukum Islam

Transaksi yang dilaksanakan manusia semakin meningkat seiring dengan kebutuhan dan juga perkembangan. Misalnya pada transaksi jual beli, saat ini telah banyak disediakan berbagai kemudahan yang memungkinkan manusia untuk bertransaksi jual beli dimanapun ia berada. Diantaranya ada transaksi *e-commerce* yang merupakan salah satu bentuk perdagangan dengan menggunakan jaringan *internet* sebagai medianya. *Internet* sendiri dapat diartikan yakni suatu media komunikasi dan informasi yang bisa digunakan untuk berbagai kegiatan seperti mencari informasi, mengirim pesan dan perdagangan. Sementara itu transaksi elektronik merupakan sebuah inovasi baru dalam perdagangan yang telah meninggalkan kebiasaan lama yakni dengan cara tatap muka dan satu pihak harus mendatangi pihak lainnya, karena transaksi elektronik menggunakan basis *internet* untuk menghubungkan antara satu pihak dan pihak lain.

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa transaksi elektronik merupakan suatu perbuatan hukum yang dilaksanakan dengan

menggunakan jaringan *internet*, komputer, atau media elektronik lainnya.⁵⁵ Dapat diambil kesimpulan bahwa transaksi *e-commerce* merupakan transaksi jual beli dengan menggunakan sistem *internet* dimana antara penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka lagi melainkan dapat dilakukan dengan jarak jauh. Hal ini tidak jauh berbeda dengan transaksi secara konvensional, transaksi *e-commerce* juga memiliki aturan agar melindungi para pihak yang terlibat transaksi.

Dalam perkembangannya pengguna *internet* di Indonesia dapat mencapai 196,7 juta jiwa menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020. Terjadi peningkatan sebanyak 8,9 % atau 23,5 juta dari tahun 2018 yang merupakan sebuah peluang bisnis besar untuk pelaku usaha agar memanfaatkan *e-commerce*. Banyaknya jumlah pengguna *internet* di Indonesia memungkinkan semakin meningkatnya belanja *online*. Pada tahun 2018 misalnya transaksi jual beli *online* dapat mencapai 144 triliun dimana transaksi ini didominasi oleh konsumen yang rentang usia 19-34 tahun.⁵⁶

Pada jual beli melalui media elektronik, penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung melainkan bertransaksi lewat jaringan *internet*. Subjek dan objek jual-beli ini hampir sama dengan jual-beli secara konvensional pada subjeknya yakni pelaku usaha yang menjualkan barangnya dan konsumen sebagai pembeli yang membayar barang tersebut.

⁵⁵ Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

⁵⁶ Aisiyyah Nasyiatul, Hartoyo, Krisnatuti, Dian, "Analisis Perilaku Komplain Konsumen Online Shopping", Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen, (2019): 257.

Sedangkan yang menjadi objek jual-beli melalui *internet* yakni barang atau jasa yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen.

Pada pelaksanaannya transaksi jual-beli melalui *internet* dapat dilakukan pada beberapa tempat yakni:⁵⁷

- a. *Marketplace*, disini pelaku usaha dapat mengunggah dan mempromosikan produknya dengan memberikan foto dan deskripsi terkait produk di marketplace. Pada *marketplace* ini menyediakan berbagai layanan yang tertata dan sistem yang maju sehingga memudahkan pelaku usaha dan konsumen bertransaksi. Contoh dari *marketplace* yakni Shopee, Tokopedia, Blibli.com, Lazada, BukaLapak, dan lainnya.
- b. *Website*, pada media ini pelaku usaha dapat membuat situs yang ditujukan khusus untuk menjual produk barang dan/atau jasanya secara *online*. Situs tersebut dapat memiliki nama dan alamat domain yang sesuai dengan nama toko *online*-nya dengan membayar biaya *hosting*.
- c. *Web blog*, disini pelaku usaha yang memiliki *budget* terbatas dapat menggunakan *webblog* gratis untuk menjualkan produknya seperti blogspot atau wordpress.
- d. Media Sosial, ini merupakan salah satu sarana yang paling efektif dalam berbisnis *online* dimana pelaku usaha dapat menawarkan produknya melalui media sosial. Contohnya seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lainnya.

⁵⁷ Wahid, "Marketing: Lima Tempat Jualan Online", diakses pada 30 April 2022, [https://marketing.co.id/lima-tempat-jualan-online/.](https://marketing.co.id/lima-tempat-jualan-online/)

e. Forum, disini pelaku usaha dapat menawarkan produknya pada forum yang digunakan sebagai tempat jual beli. Biasanya forum ini disediakan oleh masyarakat atau komunitas.

Mengenai transaksi *e-commerce* pengaturan syarat sah transaksi ini sama seperti transaksi biasanya, perbedaanya pada media yang digunakan yakni media *online* yang mengacu pada ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara mengenai syarat sah perjanjian jual-beli yang terdiri dari:⁵⁸

1. Kata sepakat dari kedua belah pihak yang membuat kesepakatan dimana perjanjian itu dibuat dalam keadaan sadar, tanpa paksaan, khilaf, ataupun penipuan;
2. Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum;
3. Hal tertentu; dan
4. Sebab yang halal atau legal.

Dalam syarat satu dan dua dapat disebut sebagai syarat subjektif yakni jika tidak dipenuhi maka salah satu pihak bisa meminta pembatalan atas apa yang diperjanjikan. Sementara dalam syarat tiga dan empat hanya bersifat objektif yang apabila tidak dipenuhi maka akan batal demi hukum.

Mekanisme pengaturan transaksi *e-commerce* sejatinya sama dengan perjanjian yang didasarkan pada Buku III KUHPerdara Tentang Perikatan. Dimana pada Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan: “tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan atau karena undang-undang”. Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha

⁵⁸ Nafa Amelsi Triantika, Elwidarifa Marwenny, Muhammad Hasbi, “Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui *E-Commerce* Menurut Pasal 1320 KUH Prdata”, *Jurnal Ensiklopedia Social Review*, Vol 2 No 2 (2020): 121.

kemudian terjadi jika pelaku usaha memberikan janji-janji serta informasi atas barang dan/atau jasa karena disaat itulah timbul hak dan kewajiban para pihak.⁵⁹ Hubungan hukum tersebut didasarkan pada Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yakni pelaku usaha telah sepakat atas apa yang diperjanjikannya ketika ia memberikan janji-janji pada iklan, brosur, atau selebaran dan hal tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi pelaku usaha yang membuatnya. Lebih lanjut juga diatur dalam Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak⁶⁰.

Regulasi mengenai transaksi elektronik juga diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menjadi dasar hukum bagi konsumen ketika melakukan transaksi *e-commerce*. Terdapat pengecualian pada Pasal 5 ayat (4) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik pada penggunaan media instagram atau lainnya dalam bertransaksi jual beli *online* diserahkan kepada kebebasan dan bergantung pada kesepakatan para pihak.

Sedangkan pada aspek hukum perlindungan konsumen yang berkaitan langsung dengan konsumen adalah tentang perbuatan yang dilarang dan juga tanggung jawab pelaku usaha. Perbuatan yang dilarang

⁵⁹ Dewa Gede, "Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen", Jurnal Hukum Universitas Undayana (2018): 4.

⁶⁰ Pasal 18 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

pelaku usaha ini diatur dari Pasal 8 sampai dengan Pasal 17. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat hak-hak dasar konsumen yang harus dilindungi yang berlaku juga bagi pengguna transaksi *e-commerce* yakni kepastian hukum.

Sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen yang berdasarkan pada asas manfaat, keadilan, keseimbangan, kepastian hukum, keamanan, dan keselamatan konsumen. Penyelenggaraan perlindungan konsumen juga berdasarkan terhadap lima asas yang sesuai dengan pembangunan nasional, yakni⁶¹:

a. Asas Manfaat

Maksud dari asas ini adalah mengamanatkan segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen, yang harus memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada konsumen dan juga seluruh pelaku usaha sehingga tidak adanya pihak yang merasakan adanya diskriminasi. Dalam asas ini juga menghendaki untuk pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak hanya menempatkan satu pihak diatas pihak yang lain atau sebaliknya, tetapi agar perlindungan konsumen itu dapat diberikan pada masing-masing pihak, baik itu konsumen maupun produsen.

b. Asas Keadilan

⁶¹ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali, 2014), 192.

Dalam hukum perlindungan konsumen, yang dimaksud dengan asas keadilan yakni agar partisipasi masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan juga produsen untuk dapat memperoleh haknya, serta dapat mewujudkan kewajibannya secara adil agar tidak menimbulkan kerugian pada salah satu pihak.

c. Asas Keseimbangan

Dalam asas ini menyatakan bahwa antar kepentingan produsen, konsumen dan pemerintah dalam hal ini harus memberi keseimbangan yang dapat berarti materil maupun spiritual. Agar antar konsumen, produsen dan juga pemerintah bisa mendapatkan manfaat yang seimbang dari pengaturan serta penegakan perlindungan konsumen. Kepentingan tersebut harus diatur dan diwujudkan secara seimbang baik hak maupun kewajibannya masing-masing dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberi jaminan, keamanan, keselamatan dan juga kenyamanan kepada konsumen dalam pemanfaatan, penggunaan, pemakaian dan juga konsumsi barang dan jasa. Dengan adanya kedua asas ini maka konsumen bisa mendapatkan manfaat dari produk atau jasa yang dikonsumsi atau dipakai dan juga sebaliknya.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum bermakna bahwa antara konsumen dan produsen bisa menaati hukum dan juga memperoleh keadilan dalam penyelenggaraannya dan negara harus memberi jaminan atas kepastian hukum. Dengan demikian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat mengharapkan perwujudan dari aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang ada dalam undang-undang tersebut untuk dapat diwujudkan dalam pergaulan hidup masyarakat dan kehidupan sehari-hari sehingga tiap pihak dapat memperoleh keadilan yang sudah ditetapkan dalam undang-undang⁶².

Selain dari asas tersebut terdapat asas itikad baik yang juga harus dilaksanakan dalam bertransaksi jual beli antara pelaku usaha dan konsumen. Sebagaimana juga diatur dalam Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa kewajiban dari pelaku usaha adalah beritikad baik.⁶³

Itikad baik adalah kedua belah pihak harus berlaku satu dengan lainnya tanpa ada tipu daya, tipu muslihat, dan tanpa mengganggu kepentingan pihak lainnya. Menurut Subekti, asas itikad baik menjadi salah satu sendi yang paling penting pada hukum perjanjian,⁶⁴ dalam pelaksanaannya merupakan hal penting terlebih pada perbuatan perjanjian transaksi *e-commerce*. Penerapan asas itikad baik dimaksudkan agar antar

⁶² Jeanus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014), 11-12.

⁶³ Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁶⁴ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT Intermasa, 1996), 41.

para pihak melaksanakan sesuatu tidak bertentangan dengan dengan norma dan asusila. Sehingga antar pelaku usaha dan konsumen mendapatkan keadilan satu sama lain dan tidak merugikan.⁶⁵ Selain itu, menerapkan itikad baik merupakan sikap batin seseorang yang dapat menghindarkan dari terjadinya wanprestasi, terlebih pada jual beli *online* yang antar pihak tidak bertemu secara langsung.

Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, itikad baik lebih ditekankan untuk pelaku usaha yakni pelaku usaha diwajibkan beritikad baik selama proses usahanya. Dimulai dari saat ia memproduksi barang hingga barang tersebut sampai ke tangan konsumen. Karena pelaku usaha harus menghindarkan produk dari kecacatan yang bisa saja ditimbulkan. Sementara itu konsumen beritikad baik sejak transaksi pembelian barang. Dapat disimpulkan bahwa melaksanakan itikad baik bagi pelaku usaha dimulai dari sejak pra kontrak hingga mencapai kesepakatan.

Pra kontrak merupakan tahapan sebelum kontrak dirancang dan disusun, Black Law Dictionary mendefinisikan bahwa:⁶⁶ *“Precontractual is a contract that precludes a party from entering into comparable agreement with someone else.”*

Yang dapat diartikan bahwa pra kontrak merupakan sebuah kontrak yang menghalangi sebuah kegiatan dari saat masuk sampai kedalam kesepakatan sebanding yang dilakukan dengan pihak lainnya. Ini

⁶⁵ Amila Desiani, Muhamad Amirulloh, Agus Suwandono, “Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik”, *Acta Diurnal*, Vol 2, No. 1, (2018): 64.

⁶⁶ I Gde Prim Hadi Susetya, I Made Pasek Diantha, Putu Tuni Cakabawa Landra, “Adaptasi Doktrin *Promissory Estoppel* Dalam Penyelesaian Ganti Rugi Pada Tahap Pra Kontrak Pada Hukum Kontrak Di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Prodi Magister Kenotariatan*, (2017-2018): 110.

dimaksudkan jika pra kontrak adalah sebuah perjanjian yang terlebih dahulu dibuat sebelum perjanjian itu terlaksana dan disini telah disepakati oleh dua belah pihak.

Sementara itu konsumen melaksanakan itikad baik pada transaksi pembelian barang. Dalam pelaksanaannya itikad baik tidak selalu berjalan lancar karena ini merupakan sikap batiniah seseorang yang tidak bisa dilihat secara kasat mata. Terlebih pada transaksi *online*, yang para pihaknya tidak bertemu secara langsung sehingga dapat dengan mudah untuk mengelabui salah satu pihak. Sedangkan pada transaksi konvensional akan lebih mudah untuk mengetahui apakah para pihak memiliki itikad baik atau tidak.

Seperti pada beberapa contoh kasus dibawah ini yang dialami konsumen terkait dengan ketidaksesuaian objek pada transaksi *e-commerce* yang dilansir pada Media Konsumen. Media Konsumen merupakan sebuah *startup* yang bertujuan untuk menjadi media sosial komunitas konsumen untuk saling berbagi pengalaman, cerita, opini, ulasan, informasi dan lainnya dimana menjadi media nomor satu dan terbesar di Indonesia dalam memudahkan konsumen memberikan pengalaman dan aspirasinya.⁶⁷

Pengambilan data pada Media Konsumen karena dapat memberi gambaran jelas terkait dengan komplain ketidaksesuaian barang dialami para konsumen pada *marketplace* Tokopedia dan langkah mereka sebagai *merchant* pelaku usaha *online* memberikan itikad baik dan tanggung jawab.

⁶⁷ Tim Media Konaumen, "Tentang Kami", dikutip dari www.mediakonsumen.com diakses pada 22 Juni 2022.

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan *marketplace* terbesar di Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat sejak diluncurkan sejak 17 Agustus tahun 2009 dibawah naungan PT. Tokopedia yang dirikan oleh William Tanuwihaya dan Leontinus Alpha Edison. Pada Tahun 2014 Tokopedia terpilih sebagai *Marketeers of The Year* untuk sektor *e-commerce* pada acara Markplus Conference yang diselenggarakan oleh Markplus Inc atas kontribusi Tokopedia dalam mengembangkan bisnis online di Indonesia.⁶⁸

Kasus komplain terhadap ketidaksesuaian objek pada Media Konsumen diambil pada tahun 2021 berfokus terhadap komplain konsumen atas ketidaksesuaian objek pada Tokopedia. Pengambilan data pada tahun ini berdasarkan atas data tertinggi kasus komplain dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yang dapat diketahui sebagai berikut.⁶⁹

Tabel 2. Kasus Komplain Konsumen Tokopedia di Media Konsumen

No.	Tahun	Komplain Konsumen	Komplain Ketidaksesuaian Objek	Jumlah Kasus
1.	2022	9	3	12
2.	2021	27	6	33
3.	2020	21	2	23

Dari data tersebut diketahui bahwa kasus komplain paling banyak dilakukan konsumen pada Media Konsumen terdapat di tahun 2021 dengan

⁶⁸ Tim Tokopedia “Kisah Kami” diakses 22 Juni 2022. www.tokopedia.com.

⁶⁹Tim Media Konsumen, “Kolom Keluhan Surat Pembaca”, dikutip dari www.mediakonsumen.com, diakses pada 22 Juni 2022.

jumlah 33 kasus dengan data komplain atas ketidaksesuaian objek sebanyak 6 kasus. Sementara itu pada tahun sebelumnya yakni 2020 terdapat 23 total kasus komplain dengan ketidaksesuaian objek terdapat 2 kasus. Dan pada tahun 2022 kasus komplain konsumen baru sebanyak 12 dengan komplain atas ketidaksesuaian objek yang diterima sebanyak 3 kasus.⁷⁰

Hal ini sejalan dengan data atas terjadinya lonjakan kasus pengaduan konsumen dilansir pada Media Indonesia selama periode Januari-Desember 2021, terdapat pengaduan sebanyak 9.318 yang diterima oleh Sektor Niaga atau Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) dengan tempat pengaduan yang beragam seperti melalui pesan WhatsApp, situs web, saluran telfon, surat dan lainnya.⁷¹

Tabel 3. Komplain Konsumen atas Ketidaksesuaian Objek

No.	Nama	Objek/Barang	Tahun	Ketidaksesuaian
1.	Quitasha	Guerlain Meteorites Light Revealing Pearls of Powder #03 Medium	2021	Spesifikasi barang warna berbeda dari apa yang diperjanjikan.
2.	Rozan	Handphone flagship Xiaomi Mi 11	2021	Spesifikasi barang datang Samsung dengan kualitas yang berbeda dari apa yang diperjanjikan, bukan barang baru.

⁷⁰Tim Media Konsumen, “Kolom Keluhan Surat Pembaca”, dikutip dari www.mediakonsumen.com, diakses pada 22 Juni 2022.

⁷¹ Insi Nantika: “Kemendag: Pengaduan Konsumen Naik 10 Kali Lipat, Terbanyak E-Commerce”, Media Indonesia, dilansir pada 22 Juni 2022. <https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/463195/kemendag-pengaduan-konsumen-naik-10-kali-lipat-terbanyak-e-commerce>

No.	Nama	Objek/Barang	Tahun	Ketidaksesuaian
3.	Freddy	Susu Nan Ha Pro 3	2021	Kualitas barang yang tidak sesuai perjanjian.
4.	Gunawan	5 Pcs Tamiya.	2021	Kualitas barang yang tidak sesuai perjanjian yakni terdapat 2 pcs.
5.	Ade	Transaksi dua barang pada Store LocknLock	2021	Barang yang diterima tidak sesuai perjanjian karena barang kurang/tidak lengkap.
6.	Rudy	Radio Recorder Asatron R1051USB (4 band)	2021	Objek tidak sesuai dengan perjanjian barang yang diterima merek Mitsuyama.

Kasus pertama berasal dari Quitasha yang mendapatkan pengalaman belanja *online* tidak mengenakan. Ia mengaku membeli Guerlain Meteorites Light Revealing Pearls of Powder #03 Medium pada salah satu *merchant* Tokopedia namun barang yang tiba tidak sesuai dengan warna yang diinginkan. Quitasha kemudian mengajukan komplain pada Tokopedia karena *seller* selaku pelaku usaha bersikeras tidak menerima penukaran barang dan *refund*. Hal ini terlihat tidak ada itikad baik yang diberikan pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh pihak Quitasha selaku

konsumen. Pelaku usaha tidak bersikap jujur terhadap informasi barang yang dipesan dan tidak menerima penukaran barang.⁷²

Kasus kedua dialami oleh Rozan selaku konsumen pada *marketplace* Tokopedia. Dilansir pada Media Konsumen, Rozan melayangkan keluhannya atas hal yang baru saja dialaminya. Ia mengatakan bahwa ia membeli *handphone flagship* Xiaomi Mi 11 namun ketika datang barang tersebut berbeda dengan perjanjian. Barang tiba bermerek Samsung dengan kondisi barang yang dibelinya seperti bukan barang baru alias seperti telah dipakai. Ia menghubungi pelaku usaha namun tidak ada respon.⁷³ Diketahui pelaku usaha tidak memberikan itikad baiknya dengan menolak *return* barang karena tidak sesuai. Padahal hal tersebut sudah termasuk tanggung jawab dari pelaku usaha.

Kasus ketiga, Freddy yang memesan Susu Nan Ha Pro 3 pada salah satu *merchant* di Tokopedia. Barang yang datang tidak sesuai dengan perjanjian dan pelaku usaha menolak bertanggung jawab. Freddy kemudian melayangkan komplainnya pada Tokopedia Care dan hal tersebut disetujui Tokopedia akan tetapi klaim dana hanya disetujui untuk penjual. Freddy selaku konsumen merasa sangat dirugikan.⁷⁴ Terlihat bahwa pelaku usaha

⁷² Quitasha, “Media Konsumen: Tokopedia Berpihak ke Seller yang Curang”, 14 Agustus 2021, Diakses pada 22 Juni 2022. <https://mediakonsumen.com/2021/08/14/surat-pembaca/tokopedia-berpihak-ke-seller-yang-curang>.

⁷³ Rozan, “Media Konsumen: Beli HP Xiaomi Mi 11 Tapi Dikirim Samsung, Admin Pusat Resolusi Tokopedia Tidak Konsisten dan Justru Memihak Seller Nakal”, 1 September 2021, Diakses pada 22 April 2022. <https://mediakonsumen.com/2021/09/01/surat-pembaca/beli-hp-xiaomi-mi-11-tapi-dikirim-samsung-admin-pusat-resolusi-tokopedia-tidak-konsisten>

⁷⁴ Freddy, “Media Konsumen: Klaim Asuransi atas Barang Diterima Rusak Sangat Lambat, Tokopedia Mendahulukan Refund ke Penjual”, 26 Juni 2021, Diakses pada 22 Juni 2022. <https://mediakonsumen.com/2021/06/26/surat-pembaca/klaim-asuransi-atas-barang-diterima-rusak-sangat-lambat-tokopedia-mendahulukan-refund-ke-penjual>

tidak menunjukkan itikad baiknya kepada konsumen dengan lari dari tanggung jawab.

Kasus keempat, Gunawan yang mengatakan bahwa barang yang dipesannya tidak sesuai. Diketahui Gunawan memesan 5 *pcs* mainan Tamiya sementara barang yang datang berjumlah 5 tetapi duanya tidak sesuai dengan pernjajian. Ia kemudian meminta *return* barang dan pengembalian dana pada Tokopedia.⁷⁵

Kasus kelima, Ade yang melakukan transaksi sebanyak dua barang pada *Store LocknLock* di Tokopedia. Ketika barang datang ternyata tidak sesuai dengan perjanjian karena barang tersebut kurang lengkap. Ia menghubungi pelaku usaha namun tidak ada jawaban begitupun komplain yang ia berikan kepada Tokopedia tidak ada balasan.⁷⁶ Dalam hal ini terlihat belum adanya penerapan itikad baik yang dilakukan pelaku usaha.

Kasus keenam, Rudy membeli barang pada salah satu *merchant* Tokopedia dengan memesan Radio Recorder Asatron R1051USB (4 band) namun barang yang diterima merk Mitsuyama. Ia meminta *return* barang pada pelaku usaha akan tetapi pelaku usaha malah meminta sebagian dana dan Tokopedia tidak memberikan solusi atas kasus ini.⁷⁷ Terlihat itikad baik

⁷⁵ Gunawan, "Media Konsumen: Tokopedia Tidak Mengembalikan Uang Hasil Retur", 27 Februari 2021, Diakses 15 Juni 2022. <https://mediakonsumen.com/2021/02/27/surat-pembaca/tokopedia-tidak-mengembalikan-uang-hasil-barang-retur>.

⁷⁶ Ade, "Media Konsumen: Pusat Resolusi Tokopedia, Bukan Tempat untuk Mendapatkan Solusi", 2 Mei 2021, Diakses pada 22 Juni 2022. <https://mediakonsumen.com/2021/05/03/surat-pembaca/pusat-resolusi-tokopedia-bukan-tempat-untuk-mendapatkan-solusi>.

⁷⁷ Rudy, "Media Konsumen: Barang yang di Terima Tidak Sesuai Pesanan Belanja di Tokopedia", 5 November 2021, Diakses pada 22 Juni 2022. <https://mediakonsumen.com/2021/11/surat-pembaca/barang-diterima-tidak-sesuai-pesanan-belanja-di-tokopedia>.

pelaku usaha yang kurang tepat karena tidak ingin bertanggung jawab dan memberikan ganti rugi.

Dari beberapa kasus tersebut memperlihatkan adanya bentuk pelanggaran terhadap asas itikad baik yang dilakukan pelaku usaha *online*. Tidak sedikit pemilik toko selaku pelaku usaha tidak memberikan respon yang diharapkan atas kerugian yang diterima oleh konsumen. Pelaku usaha sebagai pihak *online shop* tidak memberikan prestasi sesuai dengan yang telah diperjanjikan. Tidak adanya itikad baik yang diberikan, bahkan mereka seolah lari dari kewajiban yang seharusnya dilaksanakan. Hal tersebut tentu sangat bertentangan dengan asas itikad baik dan juga beberapa aturan perundang-undangan.

Faktanya yang terjadi dilapangan, beberapa pelaku usaha justru masih jauh dari ketentuan itikad baik. Seperti pada kasus Quitasha, pelaku usaha tidak memberikan respon terhadap komplainnya. Tak hanya itu, kasus serupa juga dialami Rozan yang menerima barang tidak sesuai dan pelaku usahanya tidak memberikan respon atas komplain yang diberikan. Meski begitu pada sebagian kasus tersebut ada pelaku usaha yang memberikan itikad baik dengan merespon dan menerima komplain serta memberikan ganti rugi.

Dengan mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan ini berarti tidak memenuhi ketentuan dari asas itikad baik. Dengan adanya penerapan terhadap itikad baik tentu akan memberikan keseimbangan bagi kepentingan para pihak. Jika tidak ada keseimbangan maka tentu dapat mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak. Sebagai

pelaku usaha *online* hendaklah memiliki itikad baik dalam melaksanakan transaksi elektronik terlebih karena transaksi ini rentan akan terjadinya penipuan. Konsumen menjadi objek yang dapat dengan mudah mengalami kerugian dalam transaksi elektronik. Terlebih jika pelaku usaha berlaku seenaknya tanpa memperdulikan hak-hak yang harus didapatkan oleh konsumen.

Pelaku usaha *online* perlu memberikan itikad baik dengan menerapkan hal-hal berikut:⁷⁸

- Pemberikan informasi yang pasti

Pemberikan informasi atas barang yang diperjualbelikan dengan informasi yang pasti dan jelas sudah merupakan kewajiban dari pelaku usaha kepada konsumen. Hal ini dapat menambah kepuasan konsumen sehingga dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli lagi pada kesempatan selanjutnya. Pelaku usaha dapat memperlihatkan testimoninya kepada konsumen agar membuat konsumen lebih percaya dan yakin atas barang yang dijual, serta pelaku usaha juga dapat menambahkan ukuran asli dari barang yang ditawarkannya. Pada prakteknya, pelaku usaha pada kasus yang dipaparkan tidak memberikan informasi yang sesuai dengan apa yang diberikan kepada konsumen yang membuat konsumen menderita kerugian. Dalam hal ini beberapa pelaku usaha sebagai *merchant* Tokopedia belum memberikan

⁷⁸ I Wayan Agus Grahadi Putra, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujianti, "Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Media Elektronik (*E-Commerce*)", *Jurnal Analogi Hukum*, Vol. 2, No. 3, (2020): 323.

informasi barang yang benar dan jelas, akibatnya konsumen menderita kerugian terhadap barang yang tidak sesuai.

- Penyertaan Identitas asli pelaku usaha

Merupakan salah satu hal wajib bagi pelaku usaha yang menjalankan usahanya di media elektronik atau *e-commerce* untuk memberikan identitas yang sebenarnya karena pada transaksi ini pelaku usaha tidak bertemu dengan konsumen. Hal ini juga merupakan salah satu bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait barang yang dipesan oleh konsumen telah sesuai atau tidak ada kerusakan agar bila ditemukan hal demikian maka konsumen dapat meminta ganti rugi dan pelaku usaha harus melaksanakannya dengan itikad baik. Dalam hal ini pelaku usaha telah memberikan identitas asli karena telah terdaftar pada Tokopedia dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku dalam mendaftarkan akun sebelum bergabung menjadi *merchant*.

- Informasi lokasi pabrik atau proses pembuatan pelaku usaha

Hal ini dapat berguna jika para konsumen yang mengalami kerugian dapat langsung menuju lokasi pembuatan barang untuk meminta penjelasan atas barang yang dibeli tidak sesuai atau meminta ganti rugi karena kelalaian pelaku usaha. Meskipun kedua pelaku usaha dari kasus sebelumnya tidak memberitahukan dimana alamat dari pabrik akan tetapi hal itu dapat berguna jika konsumen mengalami kerugian. Dalam hal ini pelaku usaha tidak memberikan informasi terkait.

Tak hanya itu, sebagai pelaku usaha hendaklah memberikan itikad baiknya baik dari sebelum proses pelaksanaan perjanjian sampai dengan

pemenuhan prestasi yakni memberikan barang yang sesuai perjanjian kepada konsumen. Jika konsumen memberikan komplain atas barang yang dikirimkan tidak sesuai maka pelaku usaha seharusnya memberi respon dan bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Dalam hal ini pada hampir sebagian besar pelaku usaha pada data kasus tersebut tidak memberikan respon sebagaimana mestinya. Pelaku usaha bahkan dengan terang-terangan tidak beritikad baik dan menolak komplain kerugian konsumen.

Jika dilihat dari kasus tersebut, jelas melanggar beberapa ketentuan perundang-undangan. Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada mengatakan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik.⁷⁹ Lalu Pasal 8 ayat (1) huruf (f) yang menyatakan bahwa hal yang termasuk dilarang bagi pelaku usaha adalah memperdagangkan atau memproduksi barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan pada label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.⁸⁰ Kemudian pada Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik⁸¹, setiap orang dilarang untuk menyebarkan berita bohong dan menyesatkan sehingga menimbulkan kerugian pada konsumen baik dengan sengaja dan tanpa hal pada Transaksi Elektronik.

Tak hanya itu prinsip itikad baik dapat diartikan bahwa kedua belah pihak dalam suatu perjanjian yang akan disepakati diwajibkan untuk

⁷⁹ Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁸⁰ Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁸¹ Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

memberikan informasi yang sebenar-benarnya atas suatu produk sehingga dapat mempengaruhi keputusan pihak lain dalam kesepakatannya. Hal ini sesuai pada Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Termuat dalam Pasal 9 yang mengatakan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produknya pada sistem elektronik harus memberikan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.⁸²

Perjanjian elektronik tentu mengikat para pihak dimana jika dilihat syarat sahnya juga diatur dalam pada Pasal 1320 KUH Perdata. Beberapa kasus yang telah dideskripsikan diatas terkait ketidaksesuaian objek, memperlihatkan adanya ketentuan yang tidak sejalan dengan pasal tersebut. Jika dilihat dari syarat sah yakni pertama, adanya kesepakatan para pihak terlihat pelaku usaha dan konsumen mengikatkan diri dalam perjanjian dengan menyetujui hubungan hukum jual beli. Kedua, kecakapan dalam membuat perikatan terlihat dari pelaku usaha dan konsumen yang cakap dalam melakukan perbuatan hukum. Ketiga, suatu hal tertentu yakni barang yang diperjual belikan dimana pelaku usaha menawarkan barang yang hendak dijualnya. Dan keempat, suatu sebab yang halal. Pada beberapa kasus tersebut terlihat berlawanan dengan syarat ini dimana pelaku usaha mengirimkan barang yang tidak sesuai yang menimbulkan kerugian pada konsumen.

⁸² Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Keabsahan suatu kontrak elektronik haruslah memenuhi seluruh syarat pada Pasal 1320 KUH Perdata tanpa terkecuali.⁸³ Dengan adanya tindakan merugikan yang dilakukan para pelaku usaha tersebut maka jika ditinjau dari Pasal 1320 KUH Perdata ini tidak sah. Menurut Iga Bagus⁸⁴ dalam penelitiannya, legalitas kontrak perdagangan elektronik terdapat pada Pasal 1320 KUH Perdata. Akibat hukum apabila kontrak perdagangan yang dibuat secara elektronik tidak sah adalah dapat dibatalkan demi hukum apabila tidak sesuai dengan ketentuan pada Pasal 1320 KUH Perdata.

Jika dikaitkan dengan itikad baik syarat sah umum berdasarkan pada Pasal 1320 KUH Perdata yakni kontrak harus dilakukan dengan itikad baik. Kemudian jika dikaitkan dengan pasal lainnya yakni Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata yang menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Transaksi elektronik merupakan metode perdagangan modern dimana penjual dan pembelinya tidak bertemu secara langsung sehingga terjadinya suatu kesepakatan sulit untuk diketahui secara jelas kapan terjadinya kesepakatan antara dua belah pihak.⁸⁵ Berdasarkan penjelasan kasus sebelumnya terlihat penerapan pada pasal-pasal ini tidak sejalan dengan apa yang terjadi di lapangan. Fakta yang terdapat di lapangan, pelaku usaha sebagai *merchant* dalam Tokopedia belum menerapkan itikad baik sesuai dengan Pasal 1338 ayat (3) dan Pasal 1320 KUH Perdata.

⁸³ Iga Bagus Prasadha Sudhi Nugraha, "Legalitas Kontrak Perdagangan Secara Elektronik Ditinjau Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata", Jurnal Kertha Semaya, Vol. 8 No. 5, (2020): 697.

⁸⁴ Iga Bagus Prasadha Sudhi Nugraha, "Legalitas Kontrak Perdagangan Secara Elektronik Ditinjau Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata", Jurnal Kertha Semaya, Vol. 8 No. 5, (2020)

⁸⁵ Rafni Suryaningsi Harun, Weny A. Dunga, Abdul Hamid Tome, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online", Jurnal Legalitas Vol. 12 No. 2: 96.

Asas itikad baik merupakan dasar dalam melaksanakan suatu perjanjian. Terlebih pada transaksi *e-commerce* yang antara penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung. Asas itikad baik ini menjadi prinsip yang penting yang harus dimiliki para pihak dalam melaksanakan transaksi terlebih pada media elektronik.

P. Van Warmelo, mengatakan bahwa dalam itikad baik tidak hanya mengacu pada itikad baik para pihak yang terlibat dalam perjanjian tetapi juga pada nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat. Sementara itu menurut pendapat Baldus, ia mengidentifikasi itikad baik dengan keadilan dan hati nurani, bahwa tidak boleh ada seorangpun yang diperbolehkan mengorbankan orang lain untuk memperkaya diri sendiri.⁸⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Harun, Dunga, dan Tome⁸⁷ mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang menjadi kendala dalam penerapan asas itikad baik diantaranya pengetahuan konsumen terkait dengan hak-haknya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terutama pada hak untuk memperoleh kompensasi, hak untuk ganti rugi atas barang yang diterima tidak sesuai sebagaimana dengan semestinya. Tak hanya itu, keterbatasan terkait informasi juga menjadi kendala yang kerap dihadapi oleh konsumen, terlebih pada informasi akan barang yang diperjual belikan.

Dalam penelitian lainnya, Turi Haryati mengemukakan bahwa asas itikad baik memiliki peran yang sangat penting dalam setiap tahapan

⁸⁶ Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*, (Tasikmalaya: PT. Zona Media Mandiri, 2020): 58.

⁸⁷ Rafni Suryaningsi Harun, Weny A. Dunga, Abdul Hamid Tome, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online", *Jurnal Legalitas* Vol. 12 No. 2: 97.

perjanjian sebab menentukan isi perjanjian. Dengan adanya pelaksanaan pada itikad baik mencerminkan adanya nilai kejujuran serta mengindahkan norma kepatutan sehingga menjamin kepastian hukum. Oleh karena itu penerapan asas itikad baik perlu diterapkan dalam melakukan transaksi jual beli *online* agar memberikan nilai *utility* bagi para pihak.⁸⁸

Dalam Islam itikad baik termasuk dalam sikap kejujuran seseorang dalam melaksanakan usahanya. Karena prinsip itikad baik merupakan hal yang esensial dalam melaksanakan perjanjian. Sebagaimana yang dijelaskan pada surah Al-Baqarah ayat 284:

لِلّٰهِ مَا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ ۗ وَاِنْ تُبْدُوْا مَا فِيْ اَنْفُسِكُمْ اَوْ تَخْفَوْهُ يَحْسِبْكُمْ
بِهٖ اللّٰهُ ۗ فَيَغْفِرُ لِمَنْ يَّشَاءُ وَيُعَذِّبُ مَنْ يَّشَاءُ ۗ وَاللّٰهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

*Artinya: Kepunyaan Allah-lah segala apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Dan jika kamu melahirkan apa yang ada dalam hatimu atau kamu menyembunyikan, niscaya Allah akan membuat perhitungan dengan kamu tentang perbuatanmu itu. Maka Allah mengampuni siapa yang dikehendaki-Nya dan menyiksa siapa yang dikehendaki-Nya; dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*⁸⁹

Ayat tersebut dapat diartikan bahwa niat baik seseorang atau beritikad baik akan mendapatkan ganjaran pahala atas perbuatannya dan niat buruk seseorang atau itikad tidak baik akan mendapatkan sanksi atas

⁸⁸ Tuti Haryati, "Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli dengan Metode Pembayaran Cash on Delivery", Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum, (2021): 119.

⁸⁹ Al-Qur'an Surah AL-Baqarah ayat 284.

perbuatannya. Segala sesuatu yang berasal dari hati kita baik-buruknya akan dipertanggung jawabkan kepada-Nya. Hal ini diperjelas lagi pada ayat 286 surah Al-Baqarah.

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا
تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ
قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا
فَاَنْصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ۝

Artinya: “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maafilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir”⁹⁰

Ayat tersebut merupakan ayat pendukung atas penjelasan mengenai itikad baik dimana segala perbuatan manusia itu pada dasarnya mendapatkan ganjaran. Jika seseorang tidak beritikad baik maka ia akan

⁹⁰ Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 286.

mendapat siksaan karena dalam Islam mengajarkan bahwa segala perbuatan atau tindakan manusia dan muamalah itu didasarkan atas niatnya. Sebagaimana juga dasar dari kaidah fiqh tentang *al-Niyyat wa alMaqasid* (niat dan tujuan) yang berbunyi: “*Segala sesuatu itu bergantung pada tujuannya*”.

Kaidah tersebut menjelaskan tentang hukum segala sesuatu dari perbuatannya sangat bergantung pada niat dan maksud tujuan seseorang itu sendiri. Jadi, mengenai benar atau tidaknya perbuatan seseorang dapat dilihat dari niatnya.

Dari kedua ayat beserta satu kaidah dapat kita ambil kesimpulan bahwa sebagai pelaku usaha yang menjalankan usahanya haruslah memiliki itikad baik dalam hatinya untuk mempermudah proses mumalah. Itikad baik dapat memudahkan dalam menjalankan segala aktifitas perdagangan karena para pihak akan saling percaya dan juga saling memberikan kejujuran dalam melaksanakan transaksi. Dalam ayat-ayat tersebut juga mengatakan untuk lebih memperhatikan segala tindakan kita agar tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain. Sebagai pelaku usaha haruslah tidak memiliki niat sekecil apapun untuk merugikan konsumennya karena baik buruknya tindakan seseorang itu dilihat dari niatnya. Untuk itu pelaku usaha wajib bersikap jujur serta memberikan hak-hak yang sudah semestinya diterima konsumen.

Terkait hal penipuan ini juga diatur dalam Firman Allah pada Surah Asy Syu'ara ayat 183:⁹¹

⁹¹ Al-Qur'an Surah Asy Syu'ara ayat 183.

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela dimuka bumi dengan membuat kerusakan.”

Islam mengatur manusia untuk hidup dalam kedamaian dan ketentraman yang jauh dari perbuatan merugikan orang lain termasuk merampas hak-haknya. Dalam prakteknya kepada pelaku usaha sebaiknya menghindarkan diri dari merebut hak konsumen dengan memberikan barang yang tidak sesuai atau menyampaikan iklan atau deskripsi yang tidak sesuai yang mengakibatkan konsumen mendapat barang yang jauh dari perjanjian.

Ayat-ayat diatas dapat disimpulkan memiliki keterkaitan satu sama lain dengan adanya itikad baik dari seseorang. Terlebih pada jual beli *e-commerce* yang antara pembeli dan penjualnya tidak saling bertatap muka. Sehingga dalam Islam sendiri adanya itikad baik dapat menghindari dari kerugian yang ditimbulkan.

Asas itikad baik merupakan dasar dalam melaksanakan suatu perjanjian. Sehingga asas ini erat kaitannya dengan sikap batin dan dorongan dari dalam diri seseorang agar dapat melaksanakan perjanjian dengan baik sesuai dengan kepatutan dan kepantasan. Sebagai pelaku usaha yang baik haruslah tetap menjunjung tinggi itikad baik dan berperilaku jujur selama proses pelaksanaan jual belinya agar konsumen mendapat manfaat yang banyak serta menimbulkan iklim usaha yang kompeten dan bersih dari kecurangan.

B. Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Ketidaksesuaian Objek Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam

Tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen merupakan hal yang sangat penting, harus adanya kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang bertanggung jawab dan sejauh mana tanggung jawab itu dapat dilaksanakan kepada pihak yang terkait. Pada banyak kasus, konsumen yang sering mengalami kerugian dari produk yang ditawarkan pelaku usaha.

Dalam KBBI pengertian dari tanggung jawab yakni suatu keadaan wajib menanggung segala sesuatunya, sehingga dalam kamus ini bertanggung jawab dapat diartikan sebagai keadaan dimana seseorang wajib menanggung, memberikan jawaban, menilik jawab, menanggung segala sesuatunya dan menanggung akibat.⁹² Dalam perlindungan Konsumen sendiri prinsip tanggung jawab menjadi hal yang sangat penting. Banyaknya kasus-kasus pelanggaran hak yang dialami konsumen membuat adanya kehati-hatian dalam hal menganalisis pihak yang bertanggung jawab dan sejauh manakah tanggung jawab dibebankan atas pihak terkait.

Dapat disimpulkan bahwasanya tanggung jawab merupakan hal yang wajib dilaksanakan seseorang untuk menaati dan menjalankan sesuatu. Sedangkan tanggung jawab pelaku usaha dapat diartikan sebagai keadaan wajib yang harus dipenuhi pelaku usaha dalam menanggung segala hal yang

⁹² Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1623.

berkaitan dengan usahanya agar dapat menghindari berbagai kerugian yang ditimbulkan terlebih jika kerugian itu berdampak kepada konsumen.

Teori tanggung jawab menurut Hans Kelsen menyatakan bahwa “*seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subjek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan*”.⁹³

Selanjutnya ia mengatakan bahwa, “Kegagalan untuk melakukan kehati-hatian yang diharuskan oleh hukum disebut kekhilafan (*negligence*) dan kekhilafan biasanya dipandang sebagai satu jenis dari kesalahan (*culpa*), walaupun tidak sekeras kesalahan yang terpenuhi karena mengantisipasi dan menghindaki, dengan atau tanpa maksud jahat, akibat yang membahayakan.”

Pada dasarnya terdapat hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen mengatur mengenai hak dan kewajiban para pihak. Logemann mendefinisikan hubungan hukum yaitu terdapat pihak yang disebut sebagai *Prestatie Subjek* yakni berhak meminta prestasi dan ada pihak yang disebut sebagai *Plishts Subject* yaitu pihak yang wajib melakukan prestasi.⁹⁴

Dapat ditarik kesimpulan pada pernyataan Logemann dalam hakikat dari adanya hubungan hukum itu.⁹⁵

⁹³ Hans Kelsen, sebagaimana diterjemahkan oleh Sumardi, *General Theory of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara*, (Jakarta, BEE Media Indonesia, 2007), 81.

⁹⁴ Pipin Syarifin, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 1999), 70.

⁹⁵ Syarifin, *Pengantar Ilmu Hukum*, 70.

- Memberikan perlindungan terhadap hak-hak setiap orang secara wajar dan menetapkan kewajiban yang harus dipenuhi dalam hubungan hukum beserta haknya.
- Memberikan batasan yang maksimal atas hak-hak seseorang, tidak mengganggu hak orang lain dan juga menetapkan batasan minimal kewajiban yang harus dipenuhi demi wajarnya hak orang lain.

Di Indonesia hak dan kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yakni konsumen berhak mendapatkan kebenaran atas deskripsi produk barang dan/atau jasa dan seluruh informasi atas kondisi produk tersebut. Konsumen berkewajiban untuk mengikuti petunjuk informasi dan melaksanakan pembayaran sesuai dengan perjanjian serta beritikad baik. Sementara itu hak dan kewajiban pelaku usaha dituangkan dalam Pasal 6 dan Pasal 7 yakni pelaku usaha berhak untuk mendapatkan pembayaran sesuai dengan kesepakatan dan berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan jelas terhadap produknya juga beritikad baik selama melakukan kegiatan usahanya.

Banyaknya kasus dalam transaksi *e-commerce* membuat konsumen harus lebih teliti lagi dalam bertransaksi. Dilansir pada CNBC Indonesia tercatat pada Kemendak pada tahun 2021 ada sebanyak 9.393 layanan pengaduan konsumen yang mana hasil ini meningkat 10 kali lipat dari tahun sebelumnya yakni sebanyak 931 layanan pengaduan. “Sebanyak 95,3 persen atau 8.949 konsumen membuat pengaduan di sektor niaga elektronik (*e-*

commerce). Banyaknya pengaduan ini disebabkan juga dengan semakin intensifnya konsumen melakukan transaksi *e-commerce* di masa pandemi,” kata Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Veri Anggrijoni dikutip Senin (10/1).⁹⁶

Dari data tersebut terlihat pelonjakan pengaduan konsumen terhadap transaksi elektronik. Karena itu transaksi elektronik tentu saja dapat memicu banyak resiko yang bisa merugikan konsumen. Kerugian tersebut diantaranya sebagai berikut:⁹⁷

- a. Konsumen tidak menerima barang sesuai dengan yang dipesan;
- b. Kondisi barang dalam keadaan cacat/rusak;
- c. Keterlambatan pengiriman oleh pelaku usaha.

Kasus yang sering terjadi salah satunya konsumen tidak menerima barang yang sesuai dengan apa yang telah dipesan. Konsumen berhak untuk mendapatkan perlindungan atas barang yang dipesan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha atas barang yang dijualnya. Pasal 4 huruf (c) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatakan bahwasannya konsumen berhak atas informasi yang benar dan jelas serta jujur atas kondisi barang yang diperjual belikan.

Hal ini tentu membuat penurunan pada kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi *online*. Pertanggungjawaban atas kerugian yang

⁹⁶ Ferry Sandi, “Konsumen Komplain Makin Banyak E-commerce Biar Keroknya, CNBC Indonesia”, 10 Januari 2022, diakses 16 April 2022.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20220110120906-4-305975/konsumen-komplain-makinbanyak-e-commerce-biang-keroknya>

⁹⁷ Mutia Wardani, “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi elektronik Melalui Instagram, Jurnal Notarius”, Volume 13 Nomor 2, (2020): 854-856.

dialami konsumen dalam transaksi *e-commerce* dapat menggunakan Instrumen Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau Peraturan Pemerintah Tentang Pengaturan Sistem Transaksi Elektronik.

Pada dasarnya tanggung jawab pelaku usaha merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan. Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen karena antara pelaku usaha dan konsumen telah terjadi hubungan kontraktual yang mengharuskan pihak pelaku usaha untuk bertanggung jawab jika terjadi wanprestasi, sesuai dengan prinsip *the privity of contract*, yakni jika ada hubungan kontraktual maka ada tanggung jawab.⁹⁸

Berdasarkan analisis, pada kasus-kasus yang telah dipaparkan pada sub bab sebelumnya terdapat beberapa pelaku usaha yang tidak memberikan tanggung jawab secara tepat kepada konsumen. Jika dilihat pada Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha wajib memberikan tanggung jawabnya.⁹⁹

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) yakni pengembalian uang atau penggantian dana dan/atau jasa yang sejenis yang setara dengan perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

⁹⁸ Desy Ary Setyawati, Dahlan, M. Nur Rasyid, "Perlindungan bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjnjian Transaksi Elektronik", *Law Journal*, Vol. 1, (2017): 44.

⁹⁹ Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 hari setelah transaksi dilaksanakan.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 dan 2 tidak menghapuskan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana pada pasal 1 dan 2 tidak berlaku jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut adalah kesalahan yang dilakukan oleh konsumen.

Dari Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku usaha wajib memberikan tanggung jawabnya dengan ganti rugi pada kerusakan atau kerugian yang dialami konsumen. bentuk ganti rugi dapat berupa dengan pengembalian uang, penggantian produk ataupun perawatan kesehatan seperti asuransi. Dengan pelaksanaan ganti rugi dilakukan dalam jangka waktu 7 hari.

Pada salah satu kasus dialami Qutasha yang komplain terhadap barang yang dipesannya tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Quitasha mencoba untuk menghubungi pelaku usaha namun tidak ada respon sama sekali terkait keluhannya.¹⁰⁰ Dari sini dapat kita lihat bahwa pelaku usaha tersebut tidak memberikan tanggung jawabnya atas kerugian yang ditimbulkan. Tentu hal ini tidak memenuhi terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Hal serupa dialami Rozan dan Rudy yang mendapatkan kerugian

¹⁰⁰ Quitasha, "Media Konsumen: Tokopedia Berpihak ke Seller yang Curang", 14 Agustus 2021, Diakses pada 22 Juni 2022. <https://mediakonsumen.com/2021/08/14/surat-pembaca/tokopedia-berpihak-ke-seller-yang-curang>.

atas ketidaksesuaian objek yang dipesan. Tidak ada tanggung jawab pelaku usaha baik dalam merespon atau mengganti kerugian yang dialami konsumen. Pelaku usaha tersebut jelas melanggar Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Jika dilihat secara umum tanggung jawab hukum atas ketidaksesuaian objek, maka tuntutan ganti rugi berdasarkan pada wanprestasi. Wanprestasi yang dimaksud dalam *e-commerce* adalah¹⁰¹:

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan.
- b. Melaksanakan apa yang diperjanjikan tetapi terlambat
- c. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

Dalam kasus tersebut pelaku usaha melakukan wanprestasi dengan tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan. Pelaku usaha memberikan barang kepada konsumen akan tetapi barang tersebut tidak sesuai dengan perjanjian karena dari deskripsi yang diberikan dengan barang yang dikirimkan terdapat perbedaan yang membuat konsumen tentu mengalami kerugian.

Menurut analisis ada beberapa hal yang dilanggar sebagian pelaku usaha yang tidak memberikan tanggung jawab pada kasus yang telah dipaparkan. Pada Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang tersebut. Lalu Pasal 16 huruf b, Pelaku usaha dilarang

¹⁰¹ M. Arsyad Sanusi, *E-commerce: Hukum dan Solusinya*. (Bandung: PT. Mizan Grafika Sarana, 2001), 34.

untuk tidak menepati janji sesuai dengan pelayanan dan/atau prestasi. Kemudian pada Pasal 17 ayat (1) huruf a, pelaku usaha dilarang untuk mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau jasa serta ketepatan waktu.

Faktanya yang terjadi di lapangan, beberapa konsumen tidak mendapatkan haknya dan pelaku usaha tidak memberikan tanggung jawab. Kualitas barang yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian dan deskripsi yang diberikan oleh pelaku usaha. Sedangkan pihak konsumen tidak menerima barang dengan spesifikasi yang diinginkan. Pelaku usaha disini telah melanggar ketentuan undang-undang terlebih pada Pasal 8 ayat (1) huruf f, Pasal 16 huruf (b) dan Pasal 17 ayat (1) huruf a.

Konsumen sebagai korban yang dirugikan oleh pelaku usaha berhak untuk meminta kompensasi ganti rugi atau penggantian barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Hal ini diatur dalam Pasal 4 poin 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni konsumen tidak boleh dilanggar haknya oleh pelaku usaha.¹⁰² Termuat juga pada Pasal 7 huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pelaku usaha harus memberi kompensasi, penggantian, dan ganti rugi atas barang yang diterima tidak sesuai.¹⁰³

Pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang diperjual belikan kepada konsumen, hal itu merupakan akibat hukum dari peraturan perundang-undangan. Melihat banyaknya kelemahan dari jual beli

¹⁰² Pasal 4 Poin 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰³ Pasal 7 huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

online atau *e-commerce* yang membuat rentan terhadap kerugian yang ditimbulkan. Seperti barang yang tidak sesuai dengan perjanjian, jika pada transaksi konvensional konsumen mendapat kepastian yang dapat menghindarkan dari barang tidak sesuai.

Pelaku usaha seharusnya memberikan tanggung jawabnya secara tepat terhadap kerugian konsumen. Jika dilihat dari prinsip tanggung jawab pelaku usaha sendiri dapat dibedakan menjadi beberapa prinsip antara lain:

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan;¹⁰⁴
- b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*);
- c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of non liability*);
- d. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*);
- e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan.

Pada pelaksanaan prinsip-prinsip tersebut terhadap ketidaksesuaian objek, pelaku usaha dikenakan prinsip tanggung jawab mutlak dimana segala hal yang diperbuatnya harus dipertanggungjawabkan. Pada prinsip ini dapat disebut sebagai bentuk khusus dari *tort* (perbuatan melawan hukum), yakni prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan sebagaimana *tort* pada umumnya. Tetapi prinsip ini mewajibkan pelaku usaha untuk langsung

¹⁰⁴ Aulia Muthia, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen Tentang Keamanan Pangan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen", *Dialogia Luridica*, Vol.7 No. 2 (2016): 7 DOI: <https://doi.org/10.28932/di.v7i2.712>

bertanggung jawab atas kerugian yang timbul karena perbuatan melawan hukum. Pada prinsip tanggung jawab mutlak ini tidak lagi mempersoalkan mengenai dapat atau tidak dapat dibuktikannya kesalahan, akan tetapi pelaku usaha langsung bertanggung jawab penuh atas kerugian yang dialami konsumen karena adanya produk cacat dari kurangnya kehati-hatian dan mencegah kerugian bagi pelaku usaha.

Hal ini juga berlaku pada kasus sebelumnya yang telah dibahas, yakni pelaku usaha yang mengirimkan barang tidak sesuai maka pelaku usaha dibebani tanggung jawab mutlak. Pertanggungjawaban ini menghendaki pelaku usaha untuk menanggung seluruh kewajiban yang dilakukannya atas dasar kesalahan yang diperbuatnya. Sedangkan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi menurut hukum perlindungan konsumen ada 3 yakni:¹⁰⁵

1. Tanggung jawab atas informasi, yakni meliputi tanggung jawab informasi atas iklan yang diberikan, dapat juga diartikan sebagai tanggung jawab atas informasi kontrak elektronik.
2. Tanggung jawab atas produk, yakni pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran atau kerugian yang dialami konsumen atas barang yang diperdagangkannya.
3. Tanggung jawab keamanan, yakni pelaku usaha memberikan tanggung jawab atas keamanan konsumen dalam melakukan transaksi khususnya pada transaksi elektronik.

¹⁰⁵ Agnes Maria Janni Widyawati, "Tanggung Jawab Produsen Terhadap Konsumen Atas Barang Ynag Menimbulkan Kerugian", *Jurnal Spektrum Hukum*, Vol. 15 no. 2 (2018): 272. DOI: <http://dx.doi.org/10.35973/sh.v15i2.1120>

Dalam hukum yang berlaku, Tokopedia tidak bertanggung jawab dan konsumen maupun pelaku usaha setuju untuk tidak menuntut Tokopedia bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kerugian yang diakibatkan secara langsung atau tidak langsung dari beberapa hal:¹⁰⁶

- Penggunaan atau ketidakmampuan pengguna dalam menggunakan layanan Tokopedia;
- Harga, pengiriman, atau petunjuk lain yang tersedia dalam layanan Tokopedia;
- Keterlamabatan atau gangguan dalam layanan Tokopedia;
- Kualitas barang;
- Pengiriman barang;
- Pelanggaran hak atas kekayaan intelektual;
- Perselisihan antar pengguna;
- Pencemaran nama baik;
- Penyalahgunaan barang yang sudah dibeli pihak pengguna;
- Kerugian akibat pembayaran tidak resmi;

Untuk itu Tokopedia menyediakan layanan pelaporan bagi konsumen yang menerima ketidaksesuaian objek dengan apa yang dideskripsikan dan diperjanjikan. Pelaporan tersebut dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:¹⁰⁷

1. Klaim bahwa barang telah sampai tujuan;
2. Pilih transaksi berkendala yang akan dikomplain lalu klik komplain;

¹⁰⁶ Tim Tokopedia, “Syarat dan Ketentuan: Penolakan Jaminan dan Batasan Tanggung Jawab” diakses 22 Juni 2022. Ww.tokopedia.com

¹⁰⁷ Tim Tokopedia Care “Cara Mengajukan Komplain Produk Tidak Sesuai”, diakses pada 22 Juni 2022. www.tokopedia.com.

3. Pilih kategori barang telah diterima;
4. Pilih barang tidak sesuai deskripsi;
5. Pilih barang yang rusak dan masukkan jumlahnya;
6. Tulis deskripsi dan *upload* bukti;
7. Konsumen dapat memilih kembalikan barang dan dana atau tukar barang;
8. Pastikan komplain telah sesuai dan klik ajukan komplain.

Untuk itu pengajuan komplain barang pada Tokopedia dilakukan dengan melampirkan data berisi foto packingan awal saat diterima, foto produk beserta kendalanya dan video unboxing jika diperlukan. Pengajuan ini dapat dilakukan jika barang telah tiba di tujuan maksimal 2x24 jam agar dana tidak diteruskan langsung kepada pihak penjual dan penanganan komplain dapat di bantu pada Pusat Resolusi.¹⁰⁸

Dalam penelitian yang telah dilakukan Rynaldi (2021)¹⁰⁹ dengan mengkaji tanggung jawab pada pihak Shopee mengemukakan bahwa pihak Shopee bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh *merchant*-nya. Rynaldi memberikan pemaparan mengenai tanggung jawab dari Shopee selaku salah satu *marketplace e-commerce* dimana pihak Shopee telah mengatur hak dan kewajiban dari konsumen maupun pelaku usaha yang dituang dalam perjanjian elektronik. Dalam hal terjadinya kerugian atau wanprestasi dimana konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, Shopee menyediakan layanan pengaduan

¹⁰⁸ Tim Tokopedia Care, diakses pada 22 Juni 2022. www.tokopedia.com.

¹⁰⁹ Rynaldi Gergorius Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (*E-Commerce*) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan dan Diperjanjikan", (2021).

atas produk yang berbeda dengan apa yang dideskripsikan. Pihak Shopee juga bertanggung jawab dengan melindungi setiap transaksi melalui Garansi Shopee dengan masa berlaku selama 3 hari. Dan memberikan layanan pengembalian barang secara gratis menggunakan jasa ekspedisi yang telah bekerjasama dengan pihak Shopee sendiri.

Pada penelitian lain yang dilakukan Salomo¹¹⁰ (2019) terkait tanggung jawab pihak Lazada.co.id, Solomon memaparkan mengenai ketentuan Lazada.co.id dimana pihak Lazada membuat peraturan yang wajib disetujui seluruh penggunanya. Syarat dan ketentuan ini menjadi kontrak baku Lazada terhadap penggunanya setelah mendaftarkan akun pada Lazada. Dalam hal barang tidak sesuai, pihak Lazada memberikan klaim refund untuk pengembalian barang yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan dengan membuat permohonan terlebih dahulu pada pihak Lazada dan mengisi formulir terkait alasan pengembalian barang. Dan pihak Lazada akan memberikan instruksi untuk pengembalian barang serta Lazada memberikan pengembalian dana kepada pembeli. Salomo dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pihak Lazada dalam menerapkan tanggung jawab akibat wanprestasinya telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sehingga tidak ada pertentangan antara aturan yang ada di Lazada dan juga peraturan undang-undang.

Tokopedia memiliki penyelesaian yang dibagi menjadi dua yakni secara mediasi dan negosiasi yang dilakukan secara virtual atau daring. Alasan

¹¹⁰ Salomo Kevin Davian Simanjuntak, "Tinjauan Yuridis Terhadap Tanggung Jawab Penyelenggara Layanan *E-Commerce* Terhadap Konsumen Situs Lazada.Co.Id", Universitas Sumatra Utara, (2019): 90.

diambilnya penyelesaian sengketa secara virtual agar efisiensi pengeluaran dana atau biaya berlebihan dalam penyelesaian sengketa atau dengan kata lain dapat menghemat biaya.

Secara umum kasus penyelesaian sengketa pada *e-commerce* tidak dapat dilakukan secara langsung. Maka dari itu transaksi ini rentan terhadap penipuan karena peraturan perundang-undangan belum mampu mengcover semua pelaksanaan transaksi jual beli secara *online*.

Konsumen dapat menggugat pelaku usaha pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau pengadilan jika masalah tidak dapat ditempuh dengan cara damai. Hal ini sesuai pada Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni: “pelaku usaha menolak atau tidak memberi tanggapan terhadap tuntutan konsumen atas ganti rugi sesuai pada Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau dapat mengajukan pada peradilan di tempat kedudukan konsumen”.¹¹¹

Konsumen dapat mengajukan atau menuntut pelaku usaha mengenai kerugian yang dialaminya dalam beberapa cara. Pasal 1 butir 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menyebutkan bahwa Alternatif Penyelesaian Sengketa merupakan lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati kedua belah pihak untuk menyelesaikan

¹¹¹ Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

permasalahan diluar meja pengadilan yakni cara konsultasi, konsiliasi, negosiasi, mediasi, atau penilaian ahli.¹¹²

Pada Pasal 46 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatakan bahwa yang dapat mengajukan gugatan dalam sengketa perlindungan Konsumen atas pelanggaran yang diakibatkan oleh pelaku usaha dapat dilakukan oleh:¹¹³

- Konsumen yang merasa dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- Sekelompok konsumen yang memiliki kepentingan yang sama;
- Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat baik berbentuk badan hukum atau yayasan;
- Pemerintah atau instansi terkait jika barang yang dikonsumsi mengakibatkan kerugian yang besar.

Sementara itu juga diatur dalam Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni setiap orang atau konsumen yang merasa dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui badan penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen atau melalui peradilan di lingkungan peradilan umum. Kemudian pada ayat (2) mengatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan baik di pengadilan maupun diluar pengadilan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang bersengketa.

Dari kasus-kasus yang telah dialami konsumen dalam transaksi *e-commerce* terlebih pada barang tidak sesuai, ada beberapa cara yang dapat

¹¹² . Pasal 1 butir 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

¹¹³ Pasal 46 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

ditempuh oleh konsumen untuk melindungi dirinya. Dalam hal transaksi *e-commerce* lebih mendahulukan upaya damai antara pelaku usaha dan juga konsumen. Mengenai penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* terdapat regulasi yang diatur dalam Pasal 72 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dinyatakan bahwa dalam hal terjadinya sengketa maka para pihak baik konsumen dan pelaku usaha dapat memilih di luar jalur ataupun melalui jalur pengadilan.¹¹⁴ Diantaranya penyelesaian sengketa transaksi *e-commerce* adalah:

1. Penyelesaian Sengketa Secara Damai Oleh Para Pihak Yang Bersengketa

Konsumen yang merasa dirugikan dapat menghubungi pelaku usaha dengan mengirim pesan lewat *chat* langsung pada pelaku usaha. Dengan cara ini konsumen dapat memberikan penjelasan mengenai aduannya langsung kepada pelaku usaha dan pelaku usaha dapat memutuskan secara sendiri langkah apa yang terbaik untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

2. Mengajukan Tuntutan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Jika pelaku usaha tidak merespon komplain dari konsumen dan tidak memberi tanggapan atas konsumen yang berusaha menghubungi maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha lewat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam Undang-Undang

¹¹⁴ Pasal 72 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Perlindungan Konsumen mengatur mengenai wewenang dan tugas dari BPSK yakni: “melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara mediasi, konsoliasi dan arbitrase.”¹¹⁵

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan sebuah lembaga yang diperuntukan kepada konsumen dan pelaku usaha dalam menyelesaikan sengketa. BPSK sendiri bertujuan untuk membantu konsumen dalam mencapai keadilan dan juga hak-haknya dengan cara yang cepat dan biaya yang murah. Pada proses penyelesaiannya, BPSK mendahulukan penyelesaian secara kekeluargaan atau musyawarah.¹¹⁶

Jika dalam penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha masih belum mendapatkan jalan keluar atau tidak berhasil maka dapat menempuh jalan penyelesaian sengketa jalur pengadilan. Pada penyelesaian sengketa di jalur pengadilan ini dimungkinkan jika para pihak belum memilih untuk menempuh jalur penyelesaian diluar pengadilan atau para pihak telah menempuh penyelesaian diluar pengadilan akan tetapi masih dinyatakan tidak berhasil oleh para pihak yang bersengketa.¹¹⁷

Pada kenyataannya, masih ada pelaku usaha yang tidak memberikan tanggung jawab secara tepat kepada konsumen. Kebanyakan pelaku usaha tersebut kurang mendapatkan edukasi mengenai seberapa penting kewajiban yang harus dilaksanakannya juga terhadap hak-hak konsumen

¹¹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹¹⁶ DSLA, “Peran BPSK dalam Perlindungan Konsumen”, DSLA Law Firm, diakses pada 8 Mei 2022. <https://www.dslawfirm.com/bpsk/>.

¹¹⁷ Anita Kolopaking, *Asas Itikad Baik dalam Penyelesaian Sengketa Kontrak Melalui Sistem Arbitrase*, (Bandung: PT Alumni, 2013), 39.

yang harus dipenuhi. Sampai saat ini pun tak sedikit ditemukan pelaku usaha yang tidak memberikan informasi secara benar dan memberikan produk yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan. Konsumen sebagai korban dari kelalaian pelaku usaha juga harus dibekali dengan pengetahuan terkait Perlindungan Konsumen dan juga atas hak-haknya agar dapat meminimalisir kerugian yang dapat ditimbulkan lagi kedepannya.

Dalam Islam tanggung jawab seseorang menjadi keharusan seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. Sebagai pelaku usaha harus berlaku jujur dalam berdagang serta memiliki tanggung jawab kepada konsumen.

Dalam surat Al-Baqarah ayat 194:

فَمَنْ آغْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ فَآعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا آغْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ ۖ وَانْفُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا
أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ

Artinya: “...maka, barang siapa melakukan aniaya (kerugian) kepadamu, balaslah ia, seimbang dengan kerugian yang telah ia limpahkan kepadamu. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah, bahwa Allah beserta orang-orang yang bertakwa.”

Dari ayat tersebut dapat kita pahami bahwa sebagai seorang muslim, melakukan perbuatan yang dapat menimbulkan kerugian terhadap orang lain maka hendaklah ia bertanggung jawab dengan mengganti rugi atas kerugian yang telah ia sebabkan dengan adil dan seimbang.

Dalam Islam, kerugian yang dialami konsumen akibat barang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan merupakan perbuatan yang tidak

dibenarkan. Karena hal itu tentu melanggar hak dan juga menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Sebagaimana dalam Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^{٢٧٥}

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

Pada ayat ini menjelaskan terhadap kehalalan jual beli dan keharaman riba. Allah adalah Dzat yang Maha Mengetahui terkait persoalan kehidupan sehingga jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat, maka Allah akan perintahkan untuk melaksanakannya. Sebaliknya, jika di dalamnya terdapat kerusakan dan kemudharatan maka akan Allah cegah dan larang untuk melakukannya.

Tidak hanya itu, dalam surah lainnya terdapat pada Qur'an Surah Ali-Imran ayat 76:

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ

Artinya: “Sebenarnya barang siapa yang menepati janji (yang dibuat)nya dan bertakwa, maka sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa”.

Lalu pada Qur'an Surah Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ^١

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu*”.

Ayat tersebut bermakna untuk menepati janji dan memenuhi aqad-aqad yang telah disepakati. Pada kaitannya dengan tanggung jawab pelaku usaha maka hendaklah ia memenuhi tanggung jawabnya jika menimbulkan kerugian bagi pihak lain sehingga ia berada dalam jalan yang benar karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.

Jual beli *online* sering disamakan dengan jual beli *salam*. Jual beli *salam* diartikan sebagai transaksi jual beli dengan sistem pembayaran di awal akad dengan penyerahan barang di kemudian hari. Pada akad *salam*, pembeli selaku konsumen dapat meminta barang dengan menyebutkan spesifikasi terkait barang yang diinginkan. Jika dalam transaksi *e-commerce* konsumen cukup melihat pada deskripsi produk yang diberikan pelaku usaha. Kemudian konsumen membayar terlebih dahulu baru barang akan dikirimkan oleh pelaku usaha sesuai dengan waktu yang disepakati.

Ulama syafi'iyah dan Hanabilah mendefinisikan *as-salam* sebagai akad yang disepakati dengan cara tertentu dan membayar terlebih dahulu, sedang barang akan diserahkan dikemudian hari. Imam Maliki mendefinisikan *as-salam* dengan jual-beli yang modalnya dibayar dulu, sedangkan barangnya diserahkan sesuai dengan waktu yang disepakati.¹¹⁸

Faktanya yang terjadi di lapangan, menurut analisis pada beberapa pelaku usaha dari kasus yang telah dipaparkan telah melanggar dari akad

¹¹⁸ Fathurrahman Djamil, penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 104.

salam dimana mereka mengirimkan barang yang tidak sesuai dan tidak adanya pertanggungjawaban yang diberikan. Meskipun dari kasus-kasus tersebut ada pelaku usaha yang bertanggung jawab dengan merespon komplain dari konsumen dan mengganti kerugian dengan mengembalikan dana. Seharusnya pelaku usaha hendaklah memberikan tanggung jawabnya agar tidak melanggar ketentuan perundang-undangan dan juga hukum Islam.

Dalam hukum Islam, konsumen yang menerima barang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan maka ia mendapatkan hak *Khiyar* bagi konsumen, artinya ada upaya kerelaan antara kedua belah pihak yang mengadakan akad agar terhindarkan dari kerugian bagi konsumen. *Khiyar* bertujuan untuk memberikan hak kepada seluruh pihak yang terlibat agar tidak mengalami kerugian atau penyelesaian di kemudian hari akibat sebab tertentu baik berkaitan dengan harga, kualitas, atau kuantitas objek transaksi.

Diantara bentuk *khiyar*, ada yang disebut dengan *khiyar aib*. *Khiyar aib* adalah keadaan yang membolehkan salah seorang yang berada memiliki hak untuk membatalkan akad atau melanjutkan akad ketika ditemukan cacat (*aib*) pada objek akad yang tidak diketahui pemiliknya pada saat berlangsungnya ijab kabul. Para ulama sepakat bahwa *khiyar* cacat berlangsung sejak diketahuinya kecacatan pada objek transaksi.¹¹⁹

¹¹⁹ Fitriana Deva Yanti, "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Produk Hijab Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", UIN Maulana Malik Ibrahim, (2021), 71.

Khiyar aib ini sering terjadi pada transaksi *online* ketika barang telah sampai kepada konsumen. karena pada transaksi ini sendiri barang akan sampai di kemudian hari. Sehingga jika terjadi kecacatan atau ketidaksesuaian pada objek yang dibeli maka konsumen berhak untuk melakukan pengajuan *complain* kepada penjual. Dan sudah menjadi kewajiban bagi penjual sebagai pelaku usaha untuk memberikan tanggung jawab atas kerugian pada konsumen dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Hasil penelitian penulis terkait tanggung jawab pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dalam transaksi *e-commerce* menurut perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis penulis terhadap pelaku usaha yang tidak ada itikad baik atas kerugian yang dialami konsumen, jelas tidak sejalan dengan ketentuan perundang-undangan pada Pasal 4 huruf c dan Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta hukum Islam yang mengharuskan setiap manusia harus memiliki itikad baik agar terhindar dari hal-hal yang merugikan. Itikad baik menjadi hal yang penting untuk diterapkan terlebih pada transaksi elektronik. Dengan mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan ini berarti tidak memenuhi ketentuan dari asas itikad baik. Penerapan itikad baik dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang pasti, memberikan identitas asli pelaku usaha, informasi pabrik atau proses pembuatan barang dan juga merespon serta memberikan prestasi sesuai dengan perjanjian. Dengan adanya penerapan terhadap itikad baik tentu akan memberikan keseimbangan bagi kepentingan para pihak. Dalam Islam sendiri penerapan itikad baik dapat menghindarkan dari kerugian yang dapat ditimbulkan.

2. Tanggung jawab pelaku usaha diatur pada Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pada prakteknya, tidak sedikit pelaku usaha yang belum memenuhi kewajibannya yakni bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami konsumen. Pasal 19 ayat (1) dan (2) juga Pasal 7 huruf (f) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab dengan memberikan kompensasi dan ganti rugi atas kerugian konsumen pada barang tidak sesuai objek. Konsumen dapat menuntut kerugian kepada pelaku usaha atas ketidaksesuaian objek sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Terhadap penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha dapat dilakukan dengan cara damai atau melalui jalur non litigasi. Jika cara damai belum juga menemukan jalan keluar maka konsumen dapat menuntut dengan penyelesaian pada jalur pengadilan. Dalam Islam, kerugian yang dialami konsumen akibat barang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan merupakan perbuatan yang tidak dibenarkan. Konsumen yang mengalami ketidaksesuaian objek mendapatkan hak *khiyar aib* sehingga jika terjadi kerugian maka konsumen dapat meminta tanggung jawab kepada pelaku usaha.

B. SARAN

1. Bagi konsumen disarankan untuk dapat mengetahui dan memahami terkait dengan aturan dan regulasi mengenai hak-haknya yang harus ditegakkan agar dapat meminimalisir kerugian yang dapat dialaminya.

2. Pemerintah diharapkan berperan penting sebagai penyeimbang kedudukan antara penyelenggara layanan *e-commerce*, pelaku usaha dan konsumen dengan memberikan aturan yang luas dan tegas mengenai ketentuan transaksi *e-commerce* maupun *internet*, melakukan sosialisasi terkait hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha sesuai dengan peraturan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen kepada masyarakat luas agar apa yang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
3. Pelaku usaha sebagai penyelenggara transaksi *e-commerce* untuk dapat memberikan tanggung jawab dan melindungi hak konsumen atas kerugiannya maupun membantu penyelesaian sengketa dengan bersikap kooperatif dan memperbanyak edukasi terhadap hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha hendaklah beritikad baik dan mengedepankan kejujuran dalam kegiatan usaha perdagangannya.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

BUKU-BUKU

Agus, Budi. Regulasi Hukum dalam Transaksi E-commerce. Jakarta: Jurnal Media Neliti, 2015.

Agus, Azwir. Arbitrase Konsumen Gambaran Dalam Perubahan Hukum Perlindungan Konsumen. Medan: USU Press, 2013.

Asyhadie, Zaeni. Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta: Rajawali, 2014.

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

Diana, Anastasia. Mengenal Electronic Business. Yogyakarta: Penerbit Ansi, 2001.

Fuady, Munir. Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis di Era Globalisasi. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.

Kelsen, Hans. sebagaimana diterjemahkan oleh Sumardi, General Theory of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara. Jakarta, BEE Media Indonesia, 2007.

Khairandy, Ridwan. Perjanjian Jual Beli. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Jakarta: Bhuhana Ilmu Populer, 2021.

Kolopaking, Anita. Asas Itikad Baik dalam Penyelesaian Sengketa Kontrak Melalui Sistem Arbitrase. Bandung: PT Alumni, 2013.

- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta, Kencana, 2007.
- Meliala, Adrianus. *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994.
- Miru, Ahmad. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadat Media, 2002.
- Nugroho, Susanti. *Proses Penyelesaian Sengketa E-Commerce Ditinjau dari Hukum Acara dan Impelemtasinya*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Ochtoria, Dyah dan A'an Efendi. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Purbo, Onno W. dan Aang Arif Wahyudi. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Sanusi, M. Arsyad. *E-commerce: Hukum dan Solusinya*. Bandung: PT. Mizan Grafika Sarana, 2001.
- Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapn Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia, 2004.
- Sidharta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo, 2004.
- Sidabalok, Jeanus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014.
- Subekti dan Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2003.
- Syarifin, Pipin. *Pengantar Ilmu Hukum*. Bandung: Pustaka Reka Cipta, 1999.
- Syawali, Husni dan Neni Sri Imaniyati. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju, 2000.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia, 2008.
- Sudjana dan Elisantry Gultom. *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. Bandung: CV. Keni Media, 2016.

Usman, Rachmadi. Pilihan Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.

Zulham. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana, 2016.

JURNAL/LAPORAN PENELITIAN

Desiani, Amila. Muhamad Amirulloh. Agus Suwandono. Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik. *Acta Diurnal*, Vol 2, No. 1. 2018.

Gede, Dewa. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen. *Jurnal Hukum Universitas Undayana*. 2018.

Hanim, Lathifah. Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi. *Jurnal Pembaharuan Hukum Volume 1 No. 2*. 2014.

Lumoiindong, Joshua morris. Tanggung Jawab Hukum Oleh Produsen Terhadap Kerusakan Barang Yang Dikonsumsi Konsumen. *Jurnal Lex Et Societatis*. Vol 6, No 6, 2018.

Nasyiatul, Aisiyyah Hartoyo, Krisnatuti, dan Dian. Analisis Perilaku Komplain Konsumen *Online Shopping*. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*. 2019.

Naibabo, Khepin Panagian dkk. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Barang Rusak Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Elektronik. *Patik: Jurnal Hukum*. Vol 8 No 2, 2019.

Pariadi, Deky. Pengawasan *E-Commerce* Dalam UU Perdagangan dan UU Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 2018.

Purba, Rynaldy Gregorius. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (*Ecommerce*) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan dan Diperjanjikan. Universitas Sumatra Utara, 2021.

- Putra, I Wayan Agus Grahadi, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujjanti. Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Media Elektronik (*ECommerce*. Jurnal Analogi Hukum, Vol. 2, No. 3. 2020.
- Putra, Rynaldi Gergorius. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (*ECommerce*) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan dan Diperjanjikan. 2021.
- Rahmawati, Zahra. Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli Online. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2021.
- Rahmawati, Zahra. Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli Online. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2021.
- Setyawan, Aldila Putra. Tanggung Jawab Terhadap Produk Cacat Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020.
- Simanjuntak, Salomo Kevin Davian. Tinjauan Yuridis Terhadap Tanggung Jawab Penyelenggara Layanan *E-Commerce* Terhadap Konsumen Situs Lazada.Co.Id. Universitas Sumatra Utara. 2019.
- Siregar, Ahmad. Keabsahan Jual Beli *Online Shop* Ditinjau Dari UU No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jurnal Ilmiah Advikasi, 2019.
- Susetya, I Gde Prim Hadi, I Made Pasek Diantha, Putu Tuni Cakabawa Landra. Adaptasi Doktrin *Promissory Estoppel* Dalam Penyelesaian Ganti Rugi Pada Tahap Pra Kontrak Pada Hukum Kontrak Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Prodi Magister Kenotariatan. 2017-2018.

Triantika, Nafa Amelsi. Elwidarifa Marwenny. Muhammad Hasbi. Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui *E-Commerce* Menurut Pasal 1320 KUH Prdata. *Jurnal Ensiklopedia Social Review*, Vol 2 No 2. 2020.

Utomo, Ayub A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Produk Cacat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Lex Privatum Vol. VII*, 2019.

Wardani, Mutia. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi elektronik Melalui Instagram, *Jurnal Notarius*. Volume 13 Nomor 2. 2020.

WEBSITE

Astuti, Nindy. Manfaat E-commerce Bagi Pengguna Bisnis Online. Wordpress, diakses 15 Maret 2022. <https://nindyastuti52.wordpress.com/2011/01/28/manfaat-ecommerce-bagi-pengguna-bisnis-online/>.

DSL.A. Peran BPSK dalam Perlindungan Konsumen. DSL.A Law Firm, diakses pada 8 Mei 2022. <https://www.dslalawfirm.com/bpsk/>.

Rundengan, Deddy. Media Konsumen: Penipu Kenapa Dilindungi? 8 Maret 2022, Diakses pada 5 Mei 2022. <https://mediakonsumen.com/2022/03/08/suratpembaca/pesan-laptop-dari-akulaku-barang-tidak-sesuai-deskripsi-pesanansusah-untuk-diretur>.

Sandi, Ferry. Konsumen Komplain Makin Banyak E-commerce Biang Keroknya, CNBC Indonesia. 10 Januari 2022, diakses 16 April 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220110120906-4-305975/konsumenkomplain-makin-banyak-e-commerce-biang-keroknya>

Sandi, Ferry. CNBC Indonesia: Konsumen Komplain Makin Banyak, E-Commerce Biang Keroknya!. CNBC Indonesia. 10 Januari 2022, diakses 21 Maret 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220110120906-4-305975/konsumenkomplain-makin-banyak-e-commerce-biang-keroknya>.

Stasi, Giuseppe. Media Konsumen: Penipu Kenapa Dilindungi. 4 November 2020, Diakses pada 20 April 2022.
<https://mediakonsumen.com/2020/11/14/suratpembaca/penipu-kenapa-dilindungi>.

Wahid. Marketing: Lima Tempat Jualan Online. diakses pada 30 April 2022,
<https://marketing.co.id/lima-tempat-jualan-online/>.

RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama: Tiara Rizka Ananda

NIM: 18220039

Tempat/Tanggal Lahir: Palu, 15 Juli 2000

Agama: Islam

Kewarganegaraan: Indonesia

Alamat: jln. L.M. Radzak Kel. Kali, Kec. Biau, Kab. Buol, Sulawesi Tengah

Nomor Telepon: 082292040629

Jurusan: Hukum Ekonomi Syariah

Riwayat Pendidikan

SD: MI NEGERI BIAU (2007 – 2012)

SMP: MTs NEGERI BIAU (2012 – 2015)

SMA: MAN 2 KOTA PALU (ISLAMIC BOARDING SCHOOL MA'HAD
DAARUL MUHSIN) (2015 – 2018)

KULIAH: UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG (2018 – 2022)