

**MAKNA DAN PARAMETER KEWAJIBAN IKTIKAD BAIK BAGI PELAKU
USAHA DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK
LOKAPASAR SHOPEE**

SKRIPSI

OLEH:

AHMAD ZAIM FAIZI

NIM 17220141



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

**MAKNA DAN PARAMETER KEWAJIBAN IKTIKAD BAIK BAGI PELAKU
USAHA DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK
LOKAPASAR SHOPEE**

SKRIPSI

OLEH:

AHMAD ZAIM FAIZI

NIM 17220141



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**MAKNA DAN PARAMETER KEWAJIBAN IKTIKAD BAIK BAGI PELAKU
USAHA DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK LOKAPASAR
SHOPEE**

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

Malang, 15 Mei 2024

Penulis,



AHMAD ZAIM FAIZI

NIM 17220141

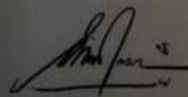
HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Ahmmad Zaim Faizi NIM: 17220141 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

MAKNA DAN PARAMETER KEWAJIBAN IKTIKAD BAIK BAGI PELAKU USAHA DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK LOKAPASAR SHOPEE

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

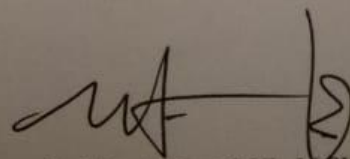


Dr. Fakruddin M.HI.

NIP. 197408192000031002

Malang, 15 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Dr. Musataklima S.HI., M.SI.

NIP. 198304202023211012

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara Ahmad Zaim Faizi, NIM 17220141, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

MAKNA DAN PARAMETER KEWAJIBAN IKTIKAD BAIK BAGI PELAKU USAHA DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK LOKAPASAR SHOPEE

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2024.

Dengan Penguji:

1. Kurniasih Bahagiati, M.H.

NIP 198710192019032011

2. Dr. Musataklima, S.HL., M.SI

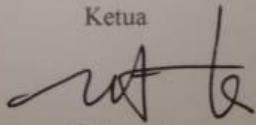
NIP 198304202023211012

3. Iffaty Nasyiah, M.H.

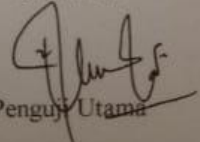
NIP 197606082009012007

()

Ketua

()

Sekretaris

()

Penguji Utama

Malang, 24 Juni 2024



Dekan

Prof. Dr. Sudirman, M.A.

NIP 197708222005011003

HALAMAN MOTTO

إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

..Sesungguhnya rahmat Allah dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.

(Al-Qur'an surat Al A'raf (7) ayat 56)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: "MAKNA DAN PARAMETER KEWAJIBAN IKTIKAD BAIK BAGI PELAKU USAHA DAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK LOKAPASAR SHOPEE" dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar'i. Dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kiamat. Aamien.

Dengan segala pengajaran, bimbingan/ pengarahan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada taranya kepada:

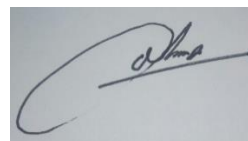
1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakruddin, M.HI., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Su'ud Fuadi, S.HI., M.SI., selaku dosen wali penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.

5. Dr. Musataklima S.HI., M.SI., selaku dosen pembimbing penulis yang telah mencurahkan waktu untuk memberikan pengarahan dan motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pembelajaran kepada kami semua. Dengan niat yang ikhlas, semoga amal mereka semua menjadi bagian dari ibadah untuk mendapatkan ridha Allah SWT.
7. Staff and employees of the Syariah Faculty of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, the authors express their gratitude for their participation in the completion of this thesis.

Dengan terselesaikannya laporan skripsi ini, harapannya ilmu yang telah kami peroleh selama kuliah dapat memberikan manfaat amal kehidupan di dunia dan akhirat. Sebagai manusia yang tak pernah luput dari kekhilafan, penulis sangat mengaharapkan pintu maaf serta kritikan dan saran dari semua pihak demi upaya perbaikan di waktu yang akan datang.

Malang, 15 Mei 2024

Penulis,



Ahmad Zaim Faizi

17220141

PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing kerap tidak terhindarkan. Secara umum sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicetak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah.

Transliterasi Arab-Indonesia Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah berpedoman pada model Library of Congress (LC) Amerika Serikat sebagai berikut:

ARAB	INDONESIA	ARAB	INDONESIA
أ	`	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	th	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	h	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dh	م	m
ر	r	ن	b
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sh	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd), maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf, seperti ā, ī dan ū. (أ, ي, و). Bunyi hidup double Arab ditransliterasikan dengan menggabungkan dua huruf “ay” dan “aw” seperti layyinah, lawwāmah. Kata yang berakhiran tā’ marbūṭah dan berfungsi sebagai sifat atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
مستخلص البحث.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	6
F. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis Penelitian.....	7
2. Pendekatan Penelitian.....	9
3. Bahan Hukum.....	10
4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum.....	11
5. Analilis Bahan Hukum.....	13

G. Penelitian Terdahulu.....	13
H. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
A. Asas Iktikat Baik.....	18
B. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	22
C. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	25
D. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha.....	27
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Makna Iktikad Baik Dalam Tranksaksi Elektronik Lokapasar Shopee.....	30
B. Parameter Kewajiban Iktikad Baik bagi Konsumen dan Pelaku Usaha Tranksaksi Elektronik Lokapasar Shopee.....	42
1. Komsumen.....	42
2. Pelaku Usaha.....	54
BAB IV PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	88

ABSTRAK

Ahmad Zaim Faizi 17220141 Makna dan Parameter Kewajiban Iktikad Baik Bagi Konsumen dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi Eletronik Lokapasar Shopee. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Fakultas Syariah. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
Pembimbing Skripsi: Dr. Musataklima S.HI., M.SI.

Kata kunci: Iktikad Baik, Transaksi Eletronik, Lokapasar Shopee.

Transaksi eletronik adalah salah satu transaksi modern yang proses transaksinya menggunakan serangkaian perangkat dan menggunakan prosedur eletronik. Penelitian ini merujuk kepada lokapasar yang paling marak digunakan di Indonesia pada saat penelitian ini dibuat yaitu Shopee. Penelitian ini memuat 2 pokok permasalahan yang diangkat yaitu 1.) Apa makna iktikad baik bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi eletronik lokapasar shopee? 2.) Apa parameter kewajiban iktikad baik bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik lokapasar shopee? Jadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna dan parameter kewajiban iktikad baik bagi kosumen dan pelaku usaha dalam transaksi eletronik lokapasar shopee.

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian normatif, bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer, sekunder dan tersier yang sesuai dengan pokok penelitian ini, teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan penelitian ini adalah 1.) Teknik dokumen dan kepustakaan, dan 2.) penelusuran data online, analisis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, mendalam, dan komperhensif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makna iktikad Baik dalam perdagangan melalui sistem elektronik lokapasar Shopee, yaitu merujuk kepada PP PMSE yang dapat dirangkai bahwa makna iktikad baik dalam transaksi elektronik adalah transaksi elektronik tersebut tidak ditujukan untuk mengakibatkan kerugian bagi semua pihak, baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha, baik melalui suatu transaksi yang melawan hukum atau transaksi yang tidak disandarkan kepada hak hukum. Parameter iktikad baik dalam perdagangan melalui sistem elektronik lokapasar Shopee adalah 1.) bagi konsumen Shopee diukur dengan pemenuhan kewajiban konsumen dalam melakukan pembayaran produk, pemberian ulasan secara jujur dan secara patut mengikuti upaya penyelesaian sengketa. 2.) bagi pelaku usaha yang berafiliasi dengan Shopee kewajiban iktikad baik dimulai sejak pra transaksi, saat transaksi dan setelah transaksi yang diukur dengan pemenuhan kewajiban-kewajiban pelaku usaha dan penghindaran hal-hal yang dilarang untuk diedarkan.

ABSTRACT

Ahmad Zaim Faizi 17220141 Meaning and Parameters of Obligation Good Faith for Consumers and Business Actors in Transactions Electronic Shopee Marketplace. Thesis. Department of Sharia Economic Law. Sharia Faculty. The State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang.

Thesis Supervisor: Dr. Musataklima S.HI., M.SI.

Keywords: Good Faith, Transaction Electronic, Shopee Marketplace.

Transaction electronic is one of the modern transactions where the transaction process uses a series of devices and procedures electronic. This research refers to the marketplace that was most widely used in Indonesia at the time this research was created, namely Shopee. This research contains 2 main issues raised, namely 1.) What is the meaning of good faith for consumers and business actors in transactions electronic shopee marketplace? 2.) What is the obligation parameter good faith for consumers and business actors in electronic transactions on the Shopee marketplace? So the aim of this research is to find out the meaning and parameters of obligations good faith for consumer and business actors in transactions electronic lokapasar shopee.

This research is included in the type of normative research, the legal materials used in this research are primary, secondary and tertiary legal materials which are in accordance with the subject of this research, the techniques for collecting legal materials used in this research are 1.) Document and library techniques, and 2.) online data search, analysis of legal materials used in this research is qualitative, in-depth, and comprehensive.

The results of this research show that meaning good faith in trading via the Shopee marketplace electronic system, which refers to PP PMSE which can be combined with meaning faith The good thing about electronic transactions is that electronic transactions are not intended to cause harm to all parties, both consumers and business actors, either through transactions that are against the law or transactions that do not rely on legal rights. Parameter good faith in trading via the Shopee marketplace electronic system are 1.) for Shopee consumers it is measured by fulfilling consumer obligations in do payment for products, providing honest reviews and appropriately following dispute resolution efforts. 2.) for business actors affiliated with Shopee obligations faith starting from pre-transaction, during the transaction and after the transaction, which is measured by fulfilling the business actor's obligations and avoiding things that are prohibited from being circulated.

مستخلص البحث

أطروحة. قسم القانون الاقتصادي الشرعي. كلية الشريعة. جامعة مولانا مالك إبراهيم .المعاملات الكترونية سوق شوبي الإسلامية الحكومية مالانج
المشرف على الرسالة : د. لا تنتظر شي، م.سي

الكلمات الدالة: إيمان حسنًا، المعاملة الكترونية، لوكاباسار شوبي

عملية إلكتروني هي إحدى المعاملات الحديثة حيث تستخدم عملية المعاملة سلسلة من الأجهزة والإجراءات إلكتروني. يشير هذا البحث إلى السوق الذي كان يستخدم على نطاق واسع في إندونيسيا في وقت إنشاء هذا البحث، يحتوي هذا البحث على مسألتين رئيسيتين ماثرتين، وهما 1.) ما معنى حسن النية بالنسبة للمستهلكين. Shopee وهو وفاعلي الأعمال في المعاملات إلكتروني سوق تسوق؟ 2.) ما هي معلمة الالتزام إيمان هل هو مفيد للمستهلكين ؟ لذا فإن هدف هذا البحث هو معرفة معنى Shopee والجهات الفاعلة التجارية في المعاملات الإلكترونية في سوق shopee. الالتزامات وضوابطها إيمان جيدة ل مستهلك والجهات الفاعلة التجارية في المعاملات إلكتروني

يندرج هذا البحث ضمن نوع البحث المعياري، والمواد القانونية المستخدمة في هذا البحث هي مواد قانونية أولية وثانوية وثلاثية تتوافق مع موضوع هذا البحث، وتقنيات جمع المواد القانونية المستخدمة في هذا البحث هي 1.) تقنيات الوثائق والمكتبة، و 2.) البحث عن البيانات عبر الإنترنت، وتحليل المواد القانونية المستخدمة في هذا البحث هو نوعي ومتعمق و شامل

والذي، Shopee وتظهر نتائج هذا البحث هذا المعنى إيمان سواء في التداول عبر النظام الإلكتروني لسوق والذي يمكن دمج مع المعنى إيمان والشيء الجيد في المعاملات الإلكترونية هو أن المعاملات PP PMSE يشير إلى الإلكترونية لا تهدف إلى إلحاق الضرر بجميع الأطراف، سواء المستهلكين أو رجال الأعمال، سواء من خلال المعاملات المخالفة للقانون أو المعاملات التي لا تعتمد على الحقوق القانونية. معامل إيمان كلاهما في التداول عبر يتم قياسه من خلال الوفاء بالتزامات المستهلك Shopee هما 1.) بالنسبة لمستهلكي Shopee النظام الإلكتروني لسوق الدفع مقابل المنتجات، وتقديم مراجعات صادقة ومتابعة جهود حل النزاعات بشكل مناسب. 2.) للجهات في يفعل إيمان بدءاً من مرحلة ما قبل المعاملة وأثناء المعاملة وبعد المعاملة، Shopee الفاعلة التجارية المرتبطة بالتزامات وهو ما يقاس بالوفاء بالتزامات الفاعل التجاري وتجنب الأمور المحظور تداولها

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas perdagangan merupakan aktivitas yang tertua di dunia yang sampai saat ini terus berjalan dan sudah memasuki modernisasi. Dalam pola interaksi dan transaksi tersebut adakalanya dilakukan oleh pihak pengguna akhir yang disebut konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen ini yang kerap kali berada pada posisi yang lemah sehingga berpotensi untuk menjadi pihak yang paling dirugikan dalam hubungan transaksi tersebut dan secara faktual memang merugikan. Hal ini tidak terlepas dari Kepentingan Pelaku Usaha adalah kepentingan untuk mencari keuntungan (profit) melalui produk barang atau jasa yang ditawarkannya kepada publik, sementara kepentingan konsumen adalah kepentingan untuk mendapatkan nilai yang sesuai dengan pembelanjaan dan ekspektasinya terhadap produk barang dan/atau jasa tersebut.

Konsumen tersebut di atas adalah seluruh umat manusia, hal ini terjadi karena tidak ada manusia yang dapat memenuhi segala kebutuhannya tanpa keterlibatan pihak lain. Oleh karena itu manusia disebut dengan *zoon politicon*.¹ Berdasarkan hak ini, maka interaksi transaksional antara manusia yang bertindak sebagai konsumen dan manusia yang bertindak sebagai pelaku usaha akan terus terjadi, karena keduanya saling membutuhkan. Konsumen membutuhkan produk

¹ Herbert Gintis, Carel van Schaik, and Christopher Boehm, "Zoon Politikon: The Evolutionary Origins of Human Political Systems," *Current Anthropology* 56, no. 3 (2015): 327–53, <https://doi.org/10.1086/681217>.

yang di produksi oleh pelaku usaha, sedangkan pelaku usaha membutuhkan konsumen untuk mengonsumsi produknya. Berdasarkan hal ini, seharusnya antara konsumen dan pelaku dalam posisi berimbang. Namun realitasnya antara konsumen dan pelaku usaha tidak berimbang.

Ketidakseimbangan tersebut disebabkan, misalnya, oleh defisit informasi atau kurangnya kekuatan negosiasi salah satu pihak (biasanya pada sisi konsumen). Sehingga hal ini dipertegas dalam UUPK pasal 3 misalnya dimana dalam pasal tersebut diupayakan agar terjadi pengangkatan harkat dan martabat konsumen serta upaya untuk menyadarkan pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen supaya tercipta transaksi yang sehat. Dapat juga dikatakan bahwa undang-undang dalam hal ini mencoba untuk menciptakan suasana di mana para pihak dapat bertemu dalam pijakan yang sama ketika melakukan bisnis, sehingga kepentingan hukum konsumen terlindungi. Mahatma Gandhi dengan jelas mengatakan bahwa sebuah organisasi harus berkonsentrasi pada konsumen dan kesukaan serta preferensi mereka terhadap produk dan jasa. Konsumen tidak boleh diperlakukan sebagai orang luar dari bisnis tetapi dia harus diperlakukan sebagai bagian dari bisnis. Pelanggan membantu kami dengan memberikan kesempatan untuk melayani mereka.²

Namun walau demikian, sejarah membuktikan bahwa pelaku usaha lebih memiliki superioritas, hal ini dapat dilihat dari asas-asas yang pernah berkembang, salah satunya seperti *Let the buyer beware*³ atau *caveat emptor*.⁴

² Sapna Dadwal et al., "Gandhian CRM- Mahatma Gandhi ' s Philosophy On Managing Relationship With Customers," *Journal of Positive School Psychology* 6, no. 6 (2022): 2968–75.

³ Chau Kwong Wing and Lennon H T Choy, "Let the Buyer or Seller Beware : Measuring Lemons in the Housing Market under Different Doctrines of Law Governing Transactions and Information," *The Journal of Law & Economics* 54, no. 4 (2011), 3.

Doktrin ini berkembang di negara-negara *common law*, di mana pembeli harus berhati-hati, jika ada kerugian dari pihak konsumen, itu merupakan kelalaiannya.

Dengan adanya UUPK, *caveat emptor* mulai diarahkan pada *caveat venditor*⁵ (pelaku usaha harus hati-hati) hal ini terlihat dari lebih banyaknya porsi pengaturan pelaku usaha di UUPK.⁶

UUPK sendiri sebenarnya hadir untuk menciptakan keseimbangan antara pelaku usaha dengan konsumen, melalui dengan mengarahkan *caveat emptor* menjadi *caveat venditor*. Hal ini diwujudkan dalam UUPK dengan pengaturan pelaku usaha lebih dominan dibandingkan konsumen, hal ini dapat dilihat dari materi muatannya seperti kewajiban pelaku usaha dan hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha, sementara bagi konsumen tidak ada hal-hal yang dilarang yang dimuat hanya hak dan kewajiban dari konsumen.

Salah satu hak yang melekat pada konsumen dan pelaku usaha yang didefinisikan secara jelas dan belum ada parameter yang pasti dalam mengukurnya adalah kewajiban untuk beriktikad baik. Pasal 5 huruf b UUPK

⁴ Cecil H Fox, "Caveat Emptor — Let the Buyer Beware," *Journal of Histotechnology* (1983), hlm. 63. Charles T Leviness, "Caveat Emptor Versus Caveat Venditor," *Maryland Law Review* 7, no. 3 (1943), 177.

⁵ Muhammad Hafiz and Mohd Shukri, "The Application of Caveat Emptor and Caveat Venditor Doctrines from Civil and Islamic Perspectives," *Malaysian Journal of Law and Society* 28 (2021), 93. Shalu Nigam, "From Caveat Emptor to Caveat Venditor: The Consumer Protection Act 2019 And the Consumer Rights Shalu," *Legal News and Views* 34, no. 3 (2020), 2-7. Pramod Kumar Shrivastava and Shilpa Bahl Khan, Ferojuddin M A, Manisha Singh, "Concept of Caveat Venditor and Its Application in Healthcare and Education Sector," *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry* 13, no. 1 (2022), 217– 25.

⁶ Fransisca Yanita Prawitasari et al., "Implementasi Prinsip Caveat Emptor Dan Caveat Venditor Dalam Kasus Peredaran Jamu Kuat Mengandung Bahan Kimia Obat," *Jurnal Kertha Patrika* 44, no. 1 (2022), 116–35.

menyebutkan bahwa kewajiban konsumen adalah beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/atau jasa. Adapun dalam Pasal 7 huruf a UUPK menyebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Selain menjadi kewajiban pelaku usaha, iktikad baik juga merupakan salah satu haknya. Hal ini disebutkan dalam Pasal 6 huruf b bahwa pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beriktikad baik.

Namun sebagaimana telah disebutkan di atas, hak dan kewajiban ini tidak ada uraian lebih lanjut dalam UUPK sehingga menimbulkan multi tafsir di lapangan. Multi tafsir ini tentu menimbulkan ketidakpastian hukum. Ketika kepastian hukum tidak ada, maka dalam norma hukum tersebut kehilangan salah satu nilainya.

Salah satu tindakan iktikad baik itu tidak hanya tertuang dalam transaksi tradisional dimana antara pembeli dan penjual langsung bertatapmuka dalam satu tempat. Namun hal ini juga harus mengikuti perkembangan zaman, dimana salah satu terjadinya transaksi terbesar sekarang dilakukan melalui media elektronik.

Salah satu yang dimaksud media elektronik dengan pengguna yang terbesar dan cukup masid adalah platform shoope, dimana shopee sekarang sudah hampir menysisir semua kalangan dan hampir menyeluruh diberbagai daerah di Indonesia sudah menjadi hal yang marak dijumpai dalam pergaulan masyarakat sehari-hari. Dalam prakteknya kita sering menjumpai permasalahan yang dialami terkhusus oleh konsumen, dimana dalam hal ini konsumen tidak merasa puas dengan adanya praktik transaksi elektronik ini yang di sebabkan

beberapa hal.

Permasalahan-permasalahan yang acap kali dijumpai meliputi banyak hal diantaranya kualitas barang yang buruk atau produksi dari pabrik tidak memuaskan, tidak sesuai apa yang dideskripsikan dalam platform media elektronik dengan barang aslinya, kesalahan pembelian karena defisit informasi pada pendeskripsian barang tersebut, dll. Padahal hal ini telah ditegaskan dalam PP PMSE pasal 13 bahwasanya pelaku usaha diharuskan memberikan informasi yang jelas, jujur, dan benar tentang kondisi dan identitas barang yang kemudian harus didukung dengan dokumen yang sah. Oleh karena itu apa makna iktikad baik tersebut dalam perlindungan konsumen dan apa ukurannya dalam transaksi online dalam interaksi dan transaksional konsumen terkhusus pada platform elektronik Shopee. Hal inilah yang menjadi kegelisahan akademik dalam penelitian ini.

B. Ramusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apa makna iktikad baik bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik lokapasar shopee?
- b. Apa parameter kewajiban iktikad baik bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik lokapasar shopee?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk dua rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguraikan:

- a. Makna iktikad baik dalam bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi eletronik lokapasar shopee;
- b. Parameter kewajiban iktikad baik bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik lokapasar shopee.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih bagi ilmu pengetahuan terutama dalam hukum perlindungan konsumen, baik secara teoretis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis

Secara teori penelitian ini diharapkan dapat memberikan kejelasan terkait dengan makna dan parameter iktikad baik dalam hukum perlindungan konsumen bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi eletronik lokapasar shopee.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi konsumen dan pelaku usaha terkait ukuran-ukuran iktikad baik yang melekat kepadanya sehingga dapat dipahami dan diimplementasikan dengan baik dan terukur.

E. Definisi operasional

Dalam penelitian ini ada beberapa istilah yang hendaknya dipahami terlebih dahulu, hal ini diupayakan karena untuk memberikan sudut pandang yang

lebih jelas tentang apa yang diteliti panulis serta agas tidak terjadi kesalahpahaman makna atau perbedaan perspektif. Maka setidaknya ada 3 poin yang akan dipaparkan penulis, yaitu:

1. Iktikad baik (*good faith/bona fides*) merupakan salah satu asas yang disebutkan dalam KUHPerdara pasal 1338 ayat 3 yang dimaksud dalam pasal ini ialah iktikad baik sebagai perbuatan yang didasari atas kepantasan atau kepatutan.
2. Transaksi eletronik adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.⁷
3. Lokapasar (*marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (Merchant) untuk dapat memasangkan penawaran Barang dan/atau Jasa.⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum banyak kemukakan para ahli diantaranya oleh Abdul Kadir Muhammad membagi jenis penelitian hukum menjadi 3 (tiga) varian, yaitu penelitian hukum normatif, penelitian hukum normatif-empiris dan penelitian hukum empiris,⁹ Sedangkan menurut Soerjono

⁷ Pasal 1 ayat 2 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 31 Tahun 2023 tentang Peizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Eletronik.

⁸ Pasal 1 ayat 13 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 31 Tahun 2023 tentang Peizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Eletronik.

⁹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*. Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 52.

Soekanto sebagaimana dikutip oleh Bambang Sunggono, membagi penelitian menjadi 2 (dua), yaitu penelitian hukum normatif dan penelitian hukum sosiologis atau empiris.¹⁰ Sementara Soetandyo Wignjosoebroto membagi penelitian hukum menjadi 2 (dua) macam, yaitu penelitian hukum doktrinal dan penelitian hukum non doktrinal.¹¹ Penelitian hukum doktrinal adalah penelitian yang mengkaji hukum yang dikonsepsikan dan dikembangkan atas dasar doktrin yang dianut oleh sang konseptor atau *developer*-nya. Sedangkan penelitian hukum non doktrinal adalah penelitian yang mengkaji hukum yang dikembangkan bukan berdasarkan doktrin, tetapi hukum yang hidup dan berkembang, serta berlaku dalam masyarakat. Pembagian metode penelitian hukum dalam pandangan Soetandyo Wignjosoebroto, pada perkembangannya yang doktrinal lazim disebut penelitian hukum normatif, untuk dilawankan dengan metode penelitian yang dikatakan terbilang empiris (penelitian hukum non doktrinal).

Sedangkan jenis penelitian hukum yang digunakan dalam kesempatan ini adalah penelitian hukum normatif atau doktrinal meminjam istilah Soetandyo Wignjosoebroto. Penggunaan jenis penelitian hukum ini karena sesuai dengan obyeknya, yaitu terkait dengan makna kewajiban iktikad baik dalam hukum perlindungan konsumen dan parameternya bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik

¹⁰ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, ed. Cetakan 1 (Jakarta: Rajawali Press, 2007), 41.

¹¹ Soetandyo Wignjosoebroto, *Hukum, Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, Soetandyo Wignjosoebroto, *Hukum: Paradigma, Metode, Dan Masalahnya*, ed. Ifdhal Kasim (Editor Utama) et al. (Jakarta: Elsam dan Huma, 2002), 147-160.

shopee.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian hukum normatif memiliki banyak pendekatan.¹² Dengan pendekatan tersebut, peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya.¹³

Pendekatan penelitian hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)

Kecuali hukum adat, penelitian hukum pada level dogmatika hukum atau penelitian untuk keperluan praktik hukum tidak dapat melepaskan diri dari pendekatan perundang-undangan,¹⁴ penelitian hukum normatif, penggunaan pendekatan perundang-undangan adalah hal yang pasti dengan logika penelitian hukum normatif didasarkan pada penelitian terhadap bahan hukum yang telah ditentukan yang menjadi fokus dan merupakan tema sentral suatu penelitian. Pendekatan perundang-undangan digunakan dalam penelitian ini berkorelasi dengan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen.

b. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Merupakan pendekatan penelitian yang beranjak dari pandangan

¹² Peter Mahmud Marzuki mengemukakan pendekatan dalam penelitian hukum normative adalah: (1) Pendekatan perundang-undang-undangan (*statute approach*), (2) Pendekatan kasus (*case approach*), (3) Pendekatan historis (*historical approach*), (4) Pendekatan perbandingan (*comparative approach*) (5) Pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), 93-137. Jhonny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*, Cetakan ke (Jakarta: Prenada Media Group, 2018), 131.

¹³ Marzuki, *Penelitian Hukum*, 92.

¹⁴ Marzuki, *Penelitian Hukum*, 96.

dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. Dengan pendekatan ini, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep- konsep hukum atau asas-asas hukum yang relevan dengan isu hukum dalam penelitian ini.

3. Bahan Hukum

Sumber hukum sebagai seluruh koleksi bahan-bahan hukum yang ditata secara kategorikal guna mempermudah kerja-kerja penelusuran dan penemuannya kembali. Ada dua sumber hukum yang dikenal. *Pertama* sumber hukum formil dan *kedua* disebut dengan sumber hukum materil. Kualifikasi formil dan materil di sini merujuk kepada sumber hukumnya. Bahan-bahan hukum yang terhimpun dalam sumber hukum formil disebut dengan bahan- bahan hukum primer, dan bahan-bahan hukum yang terhimpun dalam sumber hukum materil, disebut dengan bahan-bahan hukum sekunder.¹⁵

Dalam penelitian hukum normatif, bahan pustaka merupakan data dasar yang digolongkan sebagai data sekunder. Data sekunder tersebut mempunyai ruang lingkup yang sangat luas. Terdapat tiga ciri yang melekat pada data sekunder secara umum, yaitu: (1) sudah dalam keadaan siap terbuat (*ready- made*), (2) telah dibentuk dan diisi oleh peneliti-peneliti terdahulu, (3) dapat diperoleh tanpa terikat atau dibatasi oleh waktu dan tempat.¹⁶

¹⁵ Soetandyo Wignjosoebroto, *Hukum Konsep Dan Metode* (Malang: Setara Press, 2013), 79-91.

¹⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), 23-24.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, hal ini sebagai konsekuensi logis karena jenis penelitian hukum normatif yang digunakan.⁴¹ Adapun data-data sekunder yang digunakan tersebut sesuai pendapat Soerjono Soekanto adalah terdiri:¹⁷

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum mengikat obyek yang sedang diteliti yang terdiri dari:
 - 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 - 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- b. Bahan hukum sekunder, yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum.
- c. Bahan hukum tersier, bahan hukum yang memberikan petunjuk ataupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus dan ensiklopedia.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Bahan-bahan hukum penelitian, baik primer, sekunder, maupun yang tersier digunakan dengan menggunakan beberapa Teknik, yaitu:

- a. Teknik Dokumen dan Kepustakaan

Data-data sekunder sebagaimana telah disebutkan di atas, dikumpulkan dengan menggunakan teknik studi dokumen dan kepustakaan setelah dilakukan identifikasi dan inventarisasi tingkat

¹⁷ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Press, 2018), 30.

relevansinya dengan isu penelitian ini. Studi dokumen dilakukan ditempat-tempat yang telah disebutkan di atas. Studi kepustakaan dilakukan untuk mengkaji informasi tertulis mengenai data sekunder yang berasal berbagai sumber yang telah dipublikasikan secara luas yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sedangkan studi dokumen peneliti gunakan untuk mengkaji informasi tertulis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yang tidak dipublikasikan secara umum tetapi boleh diketahui oleh pihak tertentu seperti peneliti hukum.¹⁸

b. Penelusuran Data *Online/ Internet Searching*

Mendapatkan data-data sekunder di atas, selain menggunakan studi pustaka dan dokumen, juga digunakan *internet searching* yang merupakan teknik pengumpulan data melalui bantuan teknologi berupa alat/ mesin pencari di internet di mana segala informasi dari berbagai era tersedia di dalamnya. *Internet searching* sangat memudahkan dalam rangka membantu peneliti menemukan suatu file/ data dimana kecepatan,

¹⁸ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), 82.

kelengkapan dan ketersediaan data dari berbagai tahun tersedia. Mencari data di internet bisa dilakukan dengan cara *searching*, *browsing*, *surfing* ataupun *downloading*.

Mengadopsi tahapan pengumpulan bahan hukum yang diintroduksi Abdulkadir Muhammad, terdapat beberapa tahapan yang peneliti lakukan yaitu: *pertama*, penentuan bahan-bahan hukum primer (sumber data sekunder), sekunder dan tersier, *kedua*, identifikasi bahan-bahan hukum yang diperlukan, *ketiga*, inventarisasi bahan hukum yang sesuai dengan permasalahan penelitian, *terakhir*, melakukan kajian terhadap bahan-bahan hukum yang telah diidentifikasi dan diinventarisasi untuk menentukan relevansinya dengan kebutuhan penelitian.

5. Analisis Bahan Hukum

Bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan melalui Teknik studi Pustaka pada tahap selanjutnya dilakukan Analisa. Analisa bahan hukum dilakukan secara kualitatif, mendalam dan komprehensif. Kualitatif digunakan sebagai metode dalam melakukan Analisa bahan hukum penelitian ini dengan pertimbangan, *pertama*, bahan hukum penelitian yang dianalisis memiliki varian-varian dan memiliki sifat dasar yang berbeda sehingga tidak mudah untuk dikuantitatifkan, *kedua* sifat dasar bahan-bahan hukum penelitian ini komprehensif dan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

G. Penelitian Terdahulu

Topik penelitian ini bukanlah hal yang baru, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang bersinggungan dengannya, di antaranya yaitu:

1. Penelitian dari Roby Dadhan Marganti Ritonga¹⁹ dengan judul “Iktikad Baik Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Adapun hasil penelitian adalah bahwa pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap promosi yang tidak benar dalam UUPK khususnya terdapat dalam Pasal 7 yang menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, benar dan tidak menyesatkan konsumen, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Serta akibat hukumnya bagi pelaku usaha yang melanggar akan dikenakan sanksi sesuai dengan Pasal 60 dan Pasal 62 UUPK.
2. John Mei Pakpahan, Suhendro, dan Indra Afrita, dengan judul “Itikad baik Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen dalam Perjanjian Pengiriman Barang”. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa adanya kerugian dalam pengiriman barang menjadi tanggung jawab dari jasa pengiriman, karena kewajiban tersebut pemilik barang yang menitipinya untuk dikirimkan, sehingga apabila terjadi kerusakan, musnah, ataupun hilangnya barang yang dititipkan tersebut, pengangkut harus mempertanggung jawabkannya.²⁰
3. Ros Pawestri dengan judul²¹ “Penerapan Asas Iktikad Baik dalam Transaksi Online Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Konsumen”. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan asas itikad baik oleh pelaku usaha

¹⁹ Roby Dadhan Marganti Ritonga, “Itikad Baik Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Gagasan Hukum* 2, no. 01 (2020), 71–88, <https://doi.org/10.31849/jgh.v2i01.8236>.

²⁰ John Mei Pakpahan and Indra Afrita, “Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Perjanjian Pengiriman Barang,” *National Conference on Social Science and Religion*, no. 3 (2022), 607–14.

²¹ Ros Pawestri, *Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Transaksi Online Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen* (Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang, 2021), 83.

dalam transaksi melalui online merupakan suatu hal sangat penting dan harus dilaksanakan oleh para pihak yang terkait, agar tidak ada pihak yang dirugikan.

4. Frischa Ninidia Siagian dengan judul “Asas Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Jual Beli Online dengan Sistem Cash On Delivery Dihubungkan dengan Buku III KUHPerdato Juncto Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Penelitian ini menemukan bahwa itikad baik antar pihak menjadi hal yang sangat krusial dalam perjanjian jual beli online dengan sistem COD. Buku III KUHPerdato Pasal 1338 ayat (3) dan Pasal 7 UUPK secara jelas mengatur bahwa dalam perjanjian jual beli pihak-pihak harus beritikad baik.²² Adapun kendala pelaku usaha dalam melaksanakan kewajiban itikad baik, yaitu sudah ada niat pelaku usaha untuk mendistribusikan barang yang cacat untuk keuntungan yang sebanyak-banyaknya, etika pelaku usaha yang minim dalam mengimplementasikan prinsip transparansi, kurangnya kesadaran pelaku usaha untuk beritikad baik dengan tulus dan perilaku kurang hati-hati dan kurang teliti. Perilaku tersebut merugikan konsumen, maka dari itu konsumen berhak untuk melakukan upaya hukum melalui jalur litigasi atau non litigasi.
5. Dinda Ferawati dan Faiz Mufidi dengan judul “Penerapan Prinsip Itikad Baik Oleh Pelaku Usaha Atas Pencantuman Klausula Baku Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dari KUH Perdata Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

²² Frischa Ninidia Siagian, *Asas Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Jual Beli Online Dengan Sistem Cash On Delivery Dihubungkan Dengan Buku III KUHPerdato Juncto Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* (Bandung: Universitas Pasundan, 2023).

Tentang Perlindungan Konsumen”. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa terdapat banyak ketidaksesuaian pelaksanaan jual beli online melalui platform Tiktok Shop dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Setelah dilakukan penelitian, ketentuan “No. Refund” pada penjualan produk apabila ditinjau dari Pasal 18 ayat (1) huruf b UUPK hal tersebut merupakan klausula baku yang dapat dibatalkan demi hukum.²³

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas, belum ditemukan apa makna dari iktikad baik dan apa ukurannya bagi konsumen dan bagi pelaku usaha di mana iktikad baik tersebut merupakan kewajiban keduanya. Berdasarkan hal ini, maka penelitian dengan judul yang telah disebutkan di atas, terbuka lebar untuk dilakukan.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini nantinya akan disusun dalam IV bab secara hierarkis. Pada awal pembahasan yang tertuang dalam Bab I akan diurai secara komprehensif latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan metode penelitian.

Bab II mendeskripsikan tinjauan pustaka yang digunakan dalam skripsi ini, yaitu tentang Iktikad Baik, hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha serta hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha. adapun dalam bab

²³ Dinda Ferawati and Faiz Mufidi, “Penerapan Prinsip Itikad Baik Oleh Pelaku Usaha Atas Pencantuman Klausula Baku Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dari KUH Perdata Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Bandung Conference Series: Law Studies* 2, no. 2 (2022), 1082–86, <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i2.2568>.

III diuraikan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari *pertama*, makna iktikad baik dalam hukum undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *kedua*, parameter kewajiban iktikad baik bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi elektronik dan non elektronik.

Bab IV merupakan bab terakhir dalam skripsi ini nantinya, yang di dalamnya terdiri dari kesimpulan sebagai temuan dalam kesimpulan skripsi ini, dan juga dalam bab ini diajukan rekomendasi yang harus dilakukan beberapa pihak yang berpijak pada kesimpulan yang merupakan temuan dalam penelitian skripsi ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Asas Iktikad Baik

Iktikad baik dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata merupakan salah satu asas di dalam melaksanakan perjanjian. Dalam pasal 1338 disebutkan bahwa “persetujuan harus dilaksanakan dengan iktikad baik”²⁴, namun tidak ada keterangan lebih lanjut terkait dengan makna dari asas iktikad baik tersebut di dalam Kitab Undnag-Undang Hukum Perdata.

Menurut Ridwan Khairandy Iktikad baik (*good faith*) dalam pelaksanaan kontrak merupakan lembaga hukum (*rechtsfiguur*) yang berasal dari hukum Romawi yang kemudian diserap oleh *Civil Law*. Belakangan, asas ini diterima pula hukum kontrak di negara-negara yang menganut *Common Law*, seperti Amerika Serikat, Australia, dan Kanada. Bahkan asas ini telah diterima pula oleh hukum internasional seperti Artikel 1.7 UNIDROIT dan Artikel 1.7 *Convention Sales of Goods*. Asas ini ditempatkan sebagai asas yang paling penting (*super eminent principle*) dalam kontrak. Ia menjadi suatu ketentuan fundamental dalam hukum kontrak, dan mengikat para pihak dalam kontrak.²⁵

Walaupun iktikad baik dalam pelaksanaan kontrak telah menjadi asas

²⁴ Dinda Ferawati and Faiz Mufidi, “Penerapan Prinsip Itikad Baik Oleh Pelaku Usaha Atas Pencantuman Klausula Baku Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dari KUH Perdata Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Bandung Conference Series: Law Studies* 2, no. 2 (2022), 1082–86, <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i2.2568>.

²⁵ Ridwan Khairandy, “Makna, Tolok Ukur, Pemahaman, Dan Sikap Pengadilan Di Indonesia Terhadap Iktikad Baik Dalam Pelaksanaan Kontrak,” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 16, no. Edisi Khusus (2009): 51–71.

yang paling penting dalam kontrak, namun ia masih meninggalkan kontroversi yang menurut Ridwan Khairandy sekurang-kurangnya menyangkut tiga persoalan, yaitu menyangkut pengertian iktikad baik tidak bersifat universal. Kedua, tolok ukur yang digunakan hakim untuk menilai ada tidaknya iktikad baik dalam kontrak. Ketiga, pemahaman dan sikap pengadilan di Indonesia berkaitan iktikad baik dalam pelaksanaan kontrak.²⁶

Iktikad baik dalam hukum Romawi mengacu kepada tiga bentuk perilaku para pihak dalam kontrak. *Pertama*, para pihak harus memegang teguh janji atau perkataannya. *Kedua*, para pihak tidak boleh mengambil keuntungan dengan tindakan yang menyesatkan terhadap salah satu pihak. *Ketiga*, para pihak mematuhi kewajibannya dan berperilaku sebagai orang terhormat dan jujur walaupun kewajiban itu tidak secara tegas diperjanjikan.²⁷ Di Negeri Belanda, pengaturan iktikad baik dalam kontrak terdapat dalam Pasal 1374 ayat (3) BW (lama) Belanda yang menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Menurut P.L. Wery, makna pelaksanaan dengan iktikad baik (*uitvoering te goeder trouw*) dalam Pasal 1374 ayat (3) di atas masih tetap sama dengan makna *bona fides* dalam hukum Romawi beberapa abad lalu. Iktikad baik bermakna bahwa kedua belah pihak harus berlaku satu dengan lainnya tanpa tipu daya, tanpa tipu muslihat, tanpa mengganggu pihak lain, tidak hanya melihat kepentingan diri

²⁶ Ridwan Khairandy, *Kebebasan Berkontrak Dan Pacta Sunt Servanda Versus Iktikad Baik: Sikap Yang Harus Diambil Pengadilan* (Yogyakarta: FH UII Press, 2015), 22.

²⁷ Ridwan Khairandy, *Iktikad Baik Dalam Kontrak Di Berbagai Sistem Hukum* (Yogyakarta: FH UII Press, 2017).

sendiri saja, tetapi juga kepentingan pihak lainnya.²⁸

BW (lama) Belanda juga tidak memberikan pengertian atau definisi iktikad baik sebagaimana yang telah disebutkan di atas. *Hoge Raad* menafsirkan dan memperluas ketentuan iktikad baik tersebut. *Hoge Raad* dalam putusannya dalam *Hengsten Vereniging v. Onderlinge Paarden en Vee Assurantie (Artist De Laboureur Arrest)*, 9 Februari 1923, NJ 1923, 676, menyatakan bahwa dalam menafsirkan ketentuan kontrak dilaksanakan dengan iktikad baik bermakna bahwa kontrak harus dilaksanakan dengan *volgens de eisen van redelijkheid en billijkheid*.¹⁷ *Redelijk* adalah *reasonable* atau sesuai dengan akal sehat. *Billijkheid* adalah patut. Makna yang pertama berhubungan dengan penalaran, dan makna yang kedua berkaitan dengan perasaan. Rumusan *redelijkheid en billijkheid* meliputi semua hal yang ditangkap dengan akal pikiran (intelekt) dan perasaan.

Untuk mencegah kemungkinan timbulnya kebingungan, pembentuk undang-undang Belanda menggunakan istilah iktikad baik dalam makna yang pertama saja di mana iktikad baik kemudian dikarakteristikkan sebagai *reasonableness (redelijkheid)* dan *equity (billijkheid)*.²⁹

Standar atau tolok ukur iktikad baik pelaksanaan kontrak adalah standar objektif. Dalam hukum kontrak, pengertian bertindak sesuai dengan iktikad baik mengacu kepada ketaatan akan *reasonable commercial standard of fair dealing*, yang menurut legislator Belanda disebut bertindak sesuai dengan

²⁸ Ridwan Khairandy, *Kebebasan Berkontrak Dan Pacta Sunt Servanda Versus Iktikad Baik: Sikap Yang Harus Diambil Pengadilan*, 23.

²⁹ Ridwan Khairandy..., 25.

*redelijkheid enbillijkheid (reasonableness and equity).*³⁰ Ini benar-benar standar objektif. Jika satu pihak tidak boleh bertindak dengan cara tidak masuk akal dan tidak patut *will not be a good defense to say that honestly believed his conduct to be reasonable and inequitable.*

Menurut Ridwan Khairandy, dalam yurisprudensi Indonesia ditemukan fakta yang menunjukkan adanya tarik-menarik antara dua asas penting dalam hukum kontrak, yakni antara *pacta sunt servanda*. Pada mulanya pengadilan memegang teguh asas *pacta sunt servanda*, tetapi belakangan sikap ini bergeser ke arah kepatutan atau iktikad baik. Iktikad baik bahkan kemudian digunakan hakim untuk membatasi atau meniadakan kewajiban kontraktual apabila ternyata isi dan pelaksanaan perjanjian bertentangan dengan keadilan.³¹

Selanjutnya Ridwan Khairandy menyimpulkan bahwa pengertian iktikad baik memiliki dua dimensi. Dimensi yang pertama adalah dimensi subjektif, yang berarti iktikad baik mengarah kepada makna kejujuran. Dimensi yang kedua adalah dimensi yang memaknai iktikad baik sebagai kepatutan dan kepatutan atau keadilan. Dimensi yang kedua inilah yang dimaksud Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara. Standar iktikad baik pelaksanaan kontrak adalah standar objektif. Dengan standar ini, perilaku para pihak dalam melaksanakan kontrak, dan penilaian terhadap isi kontrak harus didasarkan pada prinsip kepatutan dan kepatutan. Kontrak tidak hanya dilihat dari apa yang secara tegas diperjanjikan, tetapi juga harus

³⁰ Khairandy, "Makna, Tolok Ukur, Pemahaman, Dan Sikap Pengadilan Di Indonesia Terhadap Iktikad Baik Dalam Pelaksanaan Kontrak." 63.

³¹ Khairandy, 66.

memperhatikan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pelaksanaan kontrak.³²

B. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen adalah secara definitif yuridis dalam hukum perlindungan adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³³

Terdapat dua tipologi konsumen, yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen antara adalah konsumen yang membeli barang untuk dijual kembali sementara konsumen akhir adalah konsumen yang telah dibahas pada pengertian konsumen di atas. Sehingga yang perhatian dalam hukum perlindungan konsumen hanya konsumen akhir, sementara konsumen antara diparadigmakan sebagai pelaku usaha.

Dari pengertian konsumen akhir yang telah didiskusikan di atas, terdapat beberapa unsur yang melekat pada definisi konsumen tersebut, yaitu:³⁴

1. Setiap orang atau badan hukum
2. Pemakai
3. Barang dan/ jasa Yang tersedia dalam masyarakat
4. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain
5. Barang dan/ jasa itu tidak dapat diperdagangkan

³² Khairandy..., 38.

³³ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³⁴ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2004), 5-10.

Konsumen harus dilindungi tidak terlepas dari kedudukannya yang lemah. Salah satu sifat sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat.³⁵ Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi kepada konsumen.³⁶

Konsumen memiliki risiko yang lebih besar daripada pelaku usaha, dengan kata lain hak-hak konsumen sangat rentan, hal ini disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak- konsumen sangat riskan untuk dilanggar.³⁷ Terhadap posisi konsumen tersebut, ia harus dilindungi oleh hukum. Karena salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat.³⁸ Perlindungan kepada masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum yang menjadi hak konsumen.³⁹

Adapun hak-hak konsumen secara umum yang diakui oleh dunia internasional adalah (1) hak untuk mendapatkan keamanan, (2) hak untuk mendapatkan informasi, (3) hak untuk memilih, (4) hak untuk didengar. Namun pada perkembangannya, organisasi-organisasi yang tergabung dalam *The Intertational Organization of Consumers Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang

³⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen; Kajian Teoretis Dan Perkembangan Pemikiran* (Bandung: Nusa Media, 2006), 2.

³⁶ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen* (Bandung: Nusamedia, 2010), 1.

³⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia...*, 112.

³⁹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003),

baik dan sehat.⁴⁰

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merilis beberapa hal yang merupakan hak dari konsumen, yaitu sebagai berikut:⁴¹

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

⁴⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia...*, 19-20.

⁴¹ Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak-hak konsumen yang dipublikasikan dalam hukum perlindungan konsumen di atas, lebih luas cakupannya daripada hak-hak konsumen yang diakui di dunia internasional, hal ini menjadi bukti bahwa negara hukum Indonesia memiliki keseriusan dalam mengangkat harkat dan martabat konsumen.

Di samping memiliki hak, konsumen juga memiliki beberapa kewajiban, yaitu:⁴²

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

C. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut hukum perlindungan konsumen adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Termasuk pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang,

⁴² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004), hlm. 47. Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013).

distributor, dan lain-lain.⁴³

Di samping konsumen memiliki hak dan kewajiban, pelaku usaha yang merupakan mitra dari konsumen dalam melakukan transaksi juga memiliki hak dan kewajiban. Hak-hak dari pelaku usaha adalah:⁴⁴

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain memiliki hak, pelaku usaha juga memiliki beberapa kewajiban yaitu:⁴⁵

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan

⁴³ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Penjasarannya.

⁴⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), 43.

⁴⁵ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), 71.

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

D. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Selain memuat kewajiban pelaku usaha, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 juga memuat perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu sebagai berikut:

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- b. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - c. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
 - d. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - g. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;
 - h. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pada intinya substansi dari pasal di atas, tertuju pada dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/ atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang dimaksud.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Makna Iktikad Baik Dalam Tranksaksi Elektronik (e-Commerce)

Lokapasar (Marketplace) Shopee

Perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce* pada akhir-akhir ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, baik di Indonesia maupun di dunia internasional. Efisiensi adalah alasan utama mengapa sistem perdagangan ini mendapatkan sambutan positif bagi pelaku usaha dan juga konsumen. Konsumen dimanjakan dengan pilihan produk yang beragam, namun dibalik itu semua terdapat risiko hukum yang cukup besar yang dihadapi oleh konsumen terutama ketika antara konsumen dengan pelaku tidak dalam satu domisili.

Secara terminologi, istilah *e-commerce*, terdiri dari dua kata bahasa Inggris, yaitu *elektronik* dan *commerce* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti elektronik dan perdagangan. Perdagangan, atau dagang, adalah pekerjaan yang menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.⁴⁶ Namun, yang dimaksud dengan elektronik adalah kemampuan untuk menghasilkan tenaga listrik melalui berbagai alat.

Menurut Yaser Ahangari Nanehkanan perdagangan elektronik adalah konsep dan proses yang kuat secara fundamental mengubah arus kehidupan manusia. Perdagangan elektronik merupakan salah satu kriteria utama revolusi Teknologi Informasi dan komunikasi di bidang ekonomi.⁴⁷ Menurut Shahrzad Shahriari, Mohammadreza Shahriari, dan Saeid gheiji, *electronic commerce*, yang umumnya dikenal *e-commerce*,

⁴⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007).

⁴⁷ Yaser Ahangari Nanehkanan, "Introduction to Electronic Commerce," *International Journal of Scientific&Technology* 2, no. 4 (2013): 69–87, https://doi.org/10.1007/978-1-4471-3018-5_6.

adalah perdagangan produk atau layanan menggunakan jaringan komputer, seperti internet. *Electronic commerce* mengacu pada teknologi seperti *mobile commerce*, transfer dana elektronik, manajemen rantai pasokan, internet pemasaran, pemrosesan transaksi *online*, pertukaran data elektronik (EDI), sistem manajemen inventaris, dan sistem pengumpulan data otomatis.⁴⁸

Menurut Abdul Gaffar Khan, *electronic commerce*, atau *e-commerce*, adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa di internet. Selain jual beli, banyak orang menggunakan internet sebagai sumber informasi untuk membandingkan harga atau lihat produk terbaru yang ditawarkan sebelum melakukan pembelian *online* atau di toko tradisional.⁴⁹

Perdagangan elektronik merupakan pembelian dan penjualan barang atau jasa di Internet. *E-commerce* dipergunakan untuk mengejar aktivitas komersial melalui alat elektronik. Hal ini didasarkan pada pemrosesan elektronik dan transmisi informasi (teks, video, audio). Perdagangan elektronik melibatkan banyak kegiatan seperti barang dan jasa, pengiriman secara elektronik informasi digital, lelang elektronik, pemasaran langsung ke konsumen.⁵⁰

E-commerce dalam regulasi di Indonesia, disebut sebagai perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE),⁵¹ yaitu perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Dalam PMSE terdapat *retail online*,

⁴⁸ Shahrzad Shahriari, Shahriari Mohammadreza, and Saeid Gheiji, "E-Commerce and It Impactson Global Trend and Market," *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH* 3, no. 4 (2015): 49–55, <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v3.i4.2015.3022>.

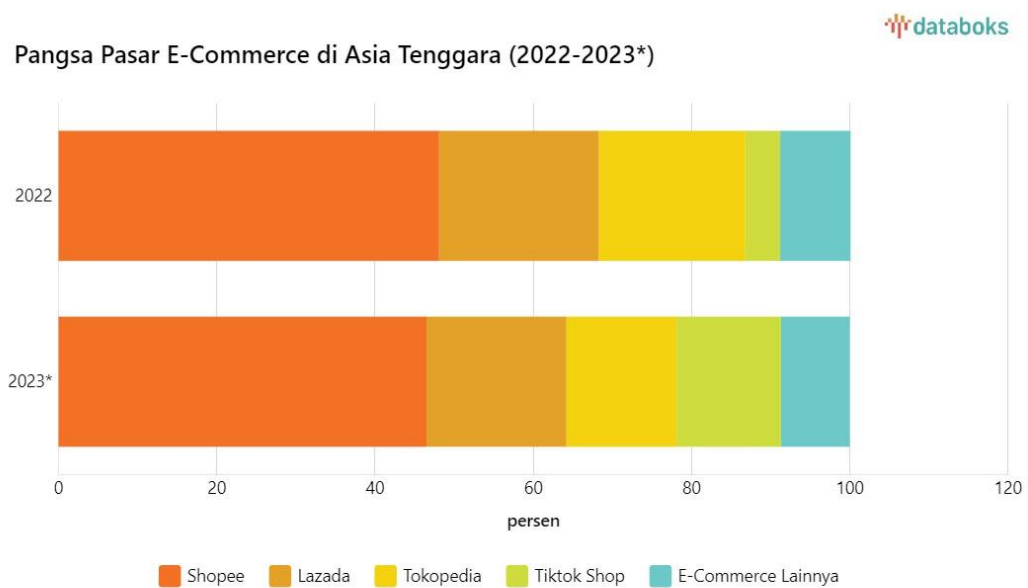
⁴⁹ Abdul Gaffar Khan, "Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy," *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc* 16, no. 1 (2016).

⁵⁰ Margarita Išoraitė and Neringa Miniotienė, "Electronic Commerce: Theory and Practice," *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)* 2, no. 2 (2018): 73, <https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i2.78>.

⁵¹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420

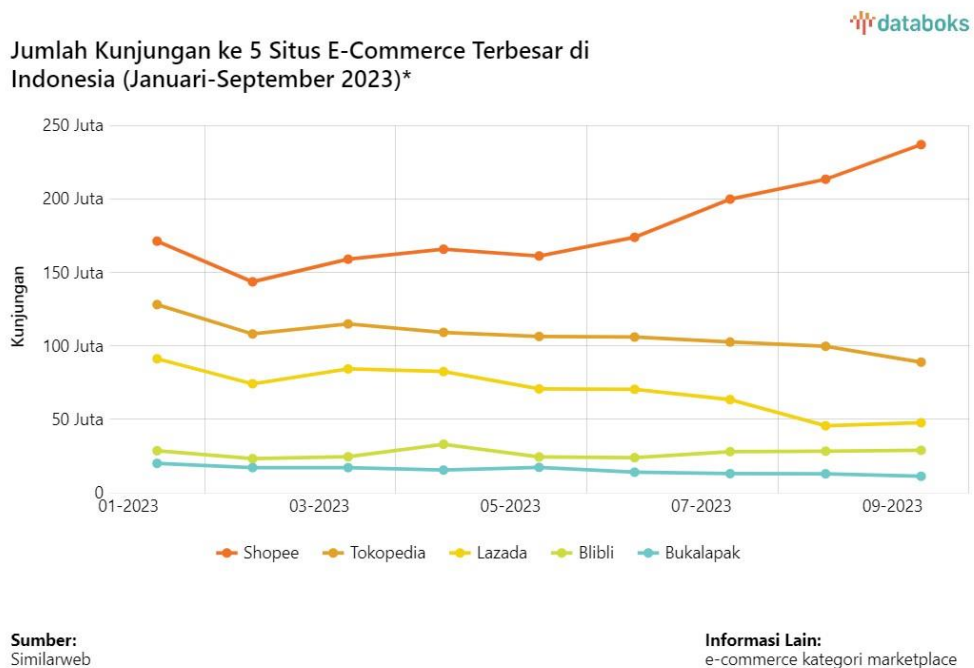
yaitu Pedagang (*Merchant*) yang melakukan PMSE dengan sarana berupa situs web atau aplikasi secara komersial yang dibuat, dikelola, dan/atau dimiliki sendiri. Antara pedagang dan konsumen bertemu dalam Lokapasar yaitu (*Marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (*Merchant*) untuk dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa.

Shoope adalah salah satu Lokapasar yang ada di Indonesia yang cukup mendominasi dan menjadi favorit konsumen untuk mengakses produk yang dikehendakinya. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah:



Sumber:
Momentum Works

Informasi Lain:
estimasi



Grafik kedua di atas yang merupakan data dari Mililarweb menunjukkan bahwa shopee adalah e-commerce kategori Lokapasar dengan pengunjung terbanyak di Indoneia. Pada September 2023 yang lalu, Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibandingkan posisi awal tahun (year-to-date/ytd).

Pertumbuhan pengunjung Shopee di atas jauh melampaui para pesaing utamanya, yaitu Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Pada September 2023, Tokopedia tercatat meraih 88,9 juta kunjungan, merosot 31% dibanding awal tahun. Dalam periode yang sama perolehan situs Lazada anjlok 48% jadi 47,7 juta kunjungan, Blibli tumbuh 1% jadi 28,9 juta kunjungan, dan Bukalapak merosot 44% jadi 11,2 juta kunjungan.

Hal di atas menandakan peluang transaksi terbesar dalam e-commerce ada di Lokapasar Shopee. Transaksi tersebut diwujudkan dalam kontrak atau perjanjian antara konsumen dengan Lokapasar jika produk yang ditawarkan dikelola Lokapasar tersebut, atau dengan *retail online*, yaitu Pedagang (*Merchant*) yang melakukan Perdagangan

Melalui Sistem Elektronik dengan sarana berupa situs web atau aplikasi secara komersial yang dibuat, dikelola, dan/atau dimiliki sendiri.

Kontrak konsumen adalah perjanjian yang mengikat secara hukum antara Anda dan konsumen terkait penjualan barang atau konten digital, atau penyediaan layanan (dengan atau tanpa barang). Kontrak dapat dibuat secara lisan, secara tertulis atau melalui tindakan pelaku usaha dan konsumen (kontrak diam), dan juga kontrak konsumen berbasis elektronik. Kontrak konsumen di Lokapasar Shopee sudah dapat dipastikan dilakukan secara elektronik.

Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Adapun sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan dan/atau menyebarkan informasi elektronik. Kontrak elektronik di atas selain melalui sistem elektronik tercermin, juga diwadahi dalam komunikasi elektronik, yaitu setiap komunikasi yang digunakan dalam PMSE berupa pernyataan, deklarasi, permintaan, pemberitahuan, atau permohonan, konfirmasi, penawaran atau penerimaan terhadap penawaran, yang memuat kesepakatan para pihak untuk pembentukan atau pelaksanaan suatu perjanjian.

Kontrak antara konsumen dengan *retail online* di Lokapasar Shopee, tentu harus dijalankan sesuai dengan asas-asas hukum yang berlaku, salah satunya adalah harus didasarkan pada asas iktikad baik. Transaksi elektronik di Indonesia memiliki dasar hukum yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024

tentang Perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam undang-undang versi asli, Iktikad Baik disebutkan 4 (empat) kali, kemudian dalam undang-undang versi perubahan pertama, Iktikad Baik tidak disebutkan sama sekali, kemudian dalam undang-undang versi perubahan yang kedua, Iktikad Baik disebutkan 2 (dua) kali. Pada undang-undang versi asli, Iktikad Baik disebutkan dalam Pasal 3 bahwa Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.

Iktikad baik juga disebutkan dalam Pasal 17 ayat (2) yang menyatakan bahwa Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung. Selain itu, Iktikad Baik juga disebutkan dalam Pasal 23 ayat (2) yang menyatakan bahwa Pemilikan dan penggunaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus didasarkan pada iktikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak Orang lain.

Kemudian, terakhir Iktikad Baik dalam undang-undang versi asli disebutkan dalam penjelasan yang menyatakan bahwa “Asas iktikad baik” berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan Transaksi Elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.

Dalam undang-undang perubahan kedua, Iktikad Baik disebutkan dalam Pasal 17 ayat (2) yang menyatakan bahwa Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/ atau pertukaran Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung. Kemudian disebutkan juga dalam Pasal 18A yang menyatakan bahwa Kontrak Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menggunakan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami, serta menjunjung prinsip iktikad baik dan transparansi.

Memperhatikan pemuatan Iktikad Baik di atas, dapat diketemukan bahwa dalam transaksi elektronik, Iktikad Baik berposisi sebagai posisi aslinya yaitu asas hukum dalam perjanjian, kemudian yang kedua sebagai kewajiban yang harus dijunjung tinggi oleh pengguna teknologi informasi dan transaksi elektronik termasuk di dalamnya adalah konsumen dan pelaku usaha yang melakukan transaksi elektronik (e-Commerce) dalam Lokapasar Shopee.

Setelah ditilik lebih jauh, baik sebagai kewajiban maupun sebagai asas, tidak ada sanksi hukum bagi para pihak yang melanggar Iktikad Baik ini. Iktikad Baik sebagai asas dalam penyelenggaraan teknologi informasi dan transaksi elektronik ditujukan untuk memperkuat pelaksanaan teknologi informasi dan transaksi elektronik tersebut. Namun secara teoretis asas-asas ini bukan merupakan norma hukum, di mana ketika pelaku usaha melanggarnya dapat dijadikan tidak mendapat hukuman, sebab asas hukum tidak memiliki operator untuk pelaksanaannya.

Hal di atas sesuai dengan rekomendasi perubahan UUPK dalam Dokumen Pembangunan Hukum Tahun 2017 bahwa dalam teknik penulisan norma, penyebutan asas tidak diperlukan, karena tidak akan operasional (tidak memiliki operator norma). Asas adalah nilai-nilai yang menjiwai seluruh norma yang berisi pengaturan. hal ini sejalan dengan petunjuk nomor 98 Lampiran II Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011

tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Dalam petunjuk huruf c dikatakan bahwa ketentuan yang mencerminkan asas, maksud dan tujuan seharusnya masuk dalam ketentuan umum dan tidak dirumuskan tersendiri dalam pasal atau bab. Oleh karena itu sebaiknya norma yang menyebutkan asas-asas diubah, cukup elaborasi asas yang ada dalam Naskah Akademik atau dimasukkan dalam Bab I ketentuan umum.⁵²

Terlepas dari aturan penulisan asas hukum di atas, penorma-an asas-asas perlindungan UU ITE menandakan urgensi asas dari asas-asas tersebut bagi penyelenggaraan teknologi informasi dan transaksi elektronik. Selain itu dalam peraturan perundang-undangan tidak semua berisi norma hukum, yaitu norma yang berisi perintah, kedaulatan, kewajiban dan sanksi.

Makna Iktikad Baik dalam transaksi elektronik tidak begitu gamblang dijelaskan dalam UU ITE yang telah disebutkan di atas, namun dalam penjelasan iktikad baik sebagai asas, terdapat petunjuk untuk memberikan makna iktikad baik dalam transaksi elektronik yaitu sebagai berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan Transaksi Elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirangkai bahwa makna iktikad baik dalam transaksi elektronik adalah transaksi elektronik tersebut tidak ditujukan untuk mengakibatkan kerugian bagi semua pihak, baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha, baik melalui suatu transaksi yang melawan hukum atau transaksi yang tidak

⁵² Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Dokumen Pembangunan Hukum Tahun 2017* (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, 2016), hlm. 813-814

disandarkan kepada hak hukum. Sehingga dapat dipahami juga sebaliknya, jika perbuatan yang dilakukan para pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha yang didasarkan kepada hak hukum atau perbuatan yang didasarkan kepada hukum dalam sebuah transaksi elektronik dan perbuatan tersebut mengakibatkan kerugian yang dialami oleh para pihak, baik konsumen ataupun pelaku usaha, maka transaksi tersebut tidak dapat dikatakan keluar dari makna iktikad baik dalam transaksi elektronik.

Perbuatan Melawan Hukum (PMH) sebagai makna Iktikad Baik dalam transaksi elektronik adalah secara etimologi merupakan translasi dari kata *onrechtmatige daad* (bahasa Belanda) atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah “*tort*”. Terdapat beberapa sarjana yang memaknainya dengan “melanggar”, namun ada pula yang memberikan arti dengan “melawan”. Namun yang lebih tepat adalah menerjemahkan *onrechtmatige daad* sebagai “perbuatan melawan hukum” daripada “perbuatan melanggar hukum” dengan beberapa argumentasi, yaitu: pertama, dalam kata “melawan” mengandung sifat pasif dan aktif. Kedua, kata tersebut secara substantif lebih luas cakupannya dari kata “melanggar”. Kata melanggar cakupannya hanya pada perbuatan yang didasarkan pada kesengajaan saja, sedangkan kata “melawan” dapat mencakup perbuatan yang disengaja ataupun karena lalai.⁵³

Pemaknaan terhadap PHM mengalami perkembangan dari pemaknaan sempit menuju pemaknaan yang luas. Sebelum tahun 1919 PMH diartikan secara sempit yaitu “tiap perbuatan yang bertentangan dengan hak orang lain yang timbul karena undang-undang atau tiap perbuatan yang bertentangan dengan kewajiban hukumnya sendiri

⁵³ Jaap Hijma Rosa Agustina, Sunarnoko, Hans Niewenhuis, *Hukum Perikatan (Law of Obligations)*, Seri Unsur-Unsur Penyusun Bangunan Negara Hukum (Denpasar: Pustaka Larasan; Universitas Indonesia; Universitas Leiden; Universitas Groningen. Retrieved, 2012), hlm. 3.

yang timbul karena undang-undang”.⁵⁴ Namun pada akhir abad ke-19, kesadaran masyarakat menghendaki PMH untuk dimaknai secara luas. Setelah tahun 1919, PMH diartikan secara luas yaitu sebagai berbuat atau tidak berbuat yang bertentangan dengan atau melanggar hak subyektif orang lain, kewajiban hukum pelaku, kaidah kesusilaan, atau kepatutan di masyarakat.⁵⁵

Selain itu, pengertian PMH juga ditemukan dalam doktrin. M.A. Moegni Djodirjo⁵⁶ mengemukakan definisi dari PMH secara luas sebagaimana dikutip oleh Ridwan Khairandy adalah perbuatan atau kealpaan, yang bertentangan dengan orang lain atau bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku sendiri atau bertentangan baik dengan kesusilaan, maupun dengan sikap kehati-hatian yang harus diindahkan dalam pergaulan hidup terhadap orang lain atau benda.⁵⁷

Rosa Agustina juga mengemukakan bahwa PMH adalah perbuatan yang melanggar hak (subyektif) orang lain atau perbuatan (atau tidak berbuat) yang bertentangan dengan kewajiban menurut undang-undang atau bertentangan dengan apa yang menurut hukum tidak tertulis yang seharusnya dijalankan oleh seseorang dalam

⁵⁴ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)* (Yogyakarta: FH UII Press, 2014)..., hlm. 301.

⁵⁵ Y. Sari Murti Widiastuti, *Asas-Asas Pertanggungjawaban Perdata (Bagian Pertama)* (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2020), hlm. 24

⁵⁶ Menurutnya, perkembangan penafsiran pengertian melawan hukum terbagi pada 3 (tiga) fase, yaitu: fase pertama pada periode antara tahun 1838 dan 1883. Pada masa ini dianut bahwa onrechtmatig adalah perbuatan yang bertentangan dengan ketentuan undang-undang. Fase kedua pada periode 1883-1919 setelah BW Belanda dikodifikasi dan diberlakukan pasal 1365 KUH Perdata, pada masa ini perbuatan melawan hukum ditafsirkan yaitu berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merugikan orang lain, baik disengaja maupun merupakan kelalaian sebagaimana dimaksud pada Pasal 1366 KUH Perdata, namun pada periode ini perbuatan yang bertentangan dengan kesusilaan, atau dengan putusan masyarakat perihal memperhatikan kepentingan orang lain. Fase ketiga pada periode setelah tahun 1919, yaitu dimasukkannya perbuatan yang bertentangan dengan kepatutan sebagai bagian dari perbuatan melawan hukum. Dikutip dari Suhendro, *Tumpang Tindih Pemahaman Wanprestasi & Perbuatan Melawan Hukum Dalam Wacana Akademik Dan Praktik Yudisial* (Yogyakarta: FH UII Press, 2014), hlm. 114-115.

⁵⁷ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*.

pergaulannya dengan semua warga masyarakat dengan mengingat adanya alasan pembenar.⁵⁸

Iktikad Baik pada dasarnya satu asas fundamental dalam hukum perjanjian. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dalam pasal 1338 ayat 3 menyebutkan bahwa suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Pelaksanaan perjanjian dengan berdasarkan iktikad baik dengan memperhatikan secermat mungkin dan berpegang pada kaidah kepatutan dan kesusilaan. Hal ini merupakan tujuan esensial dari sebuah perjanjian. Dalam Islam, iktikad baik tidak lebih dari sekadar prinsip etika pada saat ini dan secara ketat berada dalam keyakinan umat Islam. Itikad baik adalah istilah abstrak dan komprehensif yang mencakup keyakinan atau motif yang tulus tanpa niat jahat atau keinginan untuk menipu orang lain.⁵⁹

Asas itikad baik berasal dari bahasa Latin *bonafid* yang berarti upaya yang jujur dan tulus. Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) pada Simposium Hukum Perdata Nasional tahun 1981 mendefinisikan itikad baik sebagai: a) Jujur pada waktu membuat kontrak; b) Suatu perjanjian antara para pihak dianggap beritikad baik apabila dibuat secara tertulis dan disaksikan oleh para pejabat pada waktu pembuktian (walaupun telah diajukan keberatan terhadap hal tersebut); c) Sudah selayaknya untuk meninjau kembali tingkah laku para pihak dalam pelaksanaan perjanjian kontraktual

⁵⁸ Jaap Hijma, Rosa Agustina, Sunarnoko, Hans Niewenhuis, *Hukum Perikatan (Law of Obligations)*, Seri Unsur-Unsur Penyusun Bangunan Negara Hukum (Denpasar: Pustaka Larasan; Universitas Indonesia; Universitas Leiden; Universitas Groningen. Retrieved, 2012), hlm. 3.

⁵⁹ Mahmoud Fayyad, "Measures of the Principle of Good Faith in European Consumer Protection and Islamic Law, a Comparative Analysis," *Arab Law Quarterly* 28, no. 3 (2014): 205–30, <https://doi.org/10.1163/15730255-12341283>. Muhammad Khan et al., "Good Faith Principles in Islamic Contract Law: A Comparative Study with Western Contract Law," *Korea International Trade Research Institute* 15, no. 6 (2019): 143–59, <https://doi.org/10.16980/jitc.15.6.201912.143>.

pada waktu pelaksanaan dengan tujuan untuk mencegah terjadinya malpraktek dalam pelaksanaan perjanjian tersebut.⁶⁰

Itikad baik memiliki dua pengertian, yaitu: (1) itikad baik dalam arti obyektif, bahwa suatu perjanjian yang dibuat harus dilaksanakan dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan yang berarti bahwa perjanjian tersebut harus dilaksanakan sedemikian rupa sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Konsekuensinya adalah hakim dapat melakukan peninjauan kembali terhadap isi perjanjian yang telah dibuat oleh para pihak apabila pelaksanaan perjanjian tersebut akan bertentangan dengan itikad baik; (2) itikad baik dalam arti subyektif, yaitu pengertian itikad baik yang terletak pada sikap batin seseorang. Dalam hukum benda, itikad baik biasanya diartikan sebagai kejujuran.⁶¹

Penerapan itikad baik dalam suatu kontrak merupakan faktor penting agar pihak yang beritikad baik akan mendapatkan perlindungan hukum yang wajar, sedangkan pihak yang tidak beritikad baik berhak merasakan akibat dari ketidakjujurannya. Itikad baik juga dapat dilihat pada saat mulai berlakunya perbuatan hukum atau pada saat dilaksanakannya hak dan kewajiban yang terdapat dalam hubungan hukum tersebut

Itikad baik bukanlah niat yang sama, tetapi itikad baik adalah penggunaan perjanjian yang adil dan wajar. Kontrak e-commerce muncul ketika salah satu pihak menerima apa yang ditawarkan oleh pihak lain. Sebelum konsumen setuju untuk melakukan transaksi bisnis maka syarat-syarat penggunaan atau ketentuan penggunaan pada umumnya diketahui oleh calon pembeli untuk mengetahui dan memahami syarat-

⁶⁰ Ery Agus Priyono, "Peranan Asas Itikad Baik Dalam Kontrak Baku (Upaya Menjaga Keseimbangan Bagi Para Pihak)," *Diponegoro Private Law Review* 1, no. 1 (2017): 1689–99, <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseysociety.com/downloads/reports/Educati>.

⁶¹ Sa'ida Rusdiana dan Sularto Antari Innaka, "Penerapan Asas Itikad Baik Tahap Prakontraktual Pada Perjanjian Jual Beli Perumahan," *Mimbar Hukum* 24, no. 3 (2012).

syarat penggunaan yang ditetapkan oleh pihak penyedia. Oleh karena itu, iktikad baik berupa kejujuran sangat diperlukan untuk menjaga norma-norma seperti batas usia untuk bertransaksi (untuk anak-anak tidak diperbolehkan melakukan transaksi). Demikian juga pelaku usaha harus segera memenuhi kewajibannya untuk memastikan bahwa barang yang dijual disediakan sesuai dengan kondisi yang diinginkan oleh konsumen. Dengan cara ini kepenuhan prinsip iktikad baik dapat terlihat.

B. Parameter Kewajiban Iktikad Baik bagi Konsumen dan Pelaku Usaha Tranksaksi Elektronik (*e-Commerce*) Lokapasar (*Marketplace*) Shopee

1. Konsumen

Perdagangan saat telah berkembang begitu pesat seiring perkembangan globalisasi. Salah satu dampak dari globalisasi tersebut adalah lahirnya Peradangan melalui sistem elektronik. Sistem perdagangan ini pada satu sisi membawa manfaat bagi konsumen karena menyuguhkan variasi pilihan produk yang cukup banyak, namun pada satu sisi justru semakin memperlemah posisi tawarnya dibandingkan dengan pelaku usaha. Konsumen semakin bergeser posisinya sebagai salah satu subyek bisnis yang dapat berpengaruh terhadap pembangunan ekonomi, menjadi obyek bisnis pelaku usaha untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya melalui berbagai macam program penjualan seperti promosi dan iklan yang dapat merugikan konsumen.

The Black's Law Dictionary mendefinisikan “konsumen” sebagai orang yang membeli barang atau jasa untuk penggunaan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, tanpa niat untuk dijual kembali, orang alami yang menggunakan produk untuk

tujuan pribadi dan bukan bisnis.⁶² O' Grady mendefinisikan "konsumen" sebagai pengguna akhir dari semua barang dan jasa yang diproduksi dalam suatu perekonomian. Dalam pengertian ini, semua orang adalah konsumen, dan menghabiskan sebagian besar hidupnya dalam peran tersebut.⁶³

Adapun menurut Schiffman dan Kanut, keduanya membedakan antara konsumen pribadi dan konsumen organisasi. Konsumen pribadi adalah orang yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri atau untuk keperluan rumah tangganya dan dalam hal ini barang atau jasa yang dibelinya harus dikonsumsi sebagai pemakai akhir. Sedangkan konsumen organisasi mengacu pada organisasi swasta, yang membeli produk atau layanan untuk dapat mengejar tujuan organisasi tersebut.⁶⁴

Pasal 1 angka 2 UUPK mendefinisikan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pengertian 'tidak untuk diperdagangkan' meliputi: (a) barang atau jasa itu tidak dialihkan kepemilikan atau kemanfaatannya kepada pihak lain; atau (b) barang atau jasa itu tidak digunakan sebagai bagian dari proses produksi barang atau proses penyediaan jasa lainnya.

Berdasarkan penormaan di atas, konsumen yang dimaksud dalam UUPK adalah konsumen akhir. Sebab selain konsumen akhir, dikenal pula konsumen antara yaitu pengguna atau pemanfaat barang dan/atau jasa yang tidak ditujukan untuk

⁶² B.A Garner, *Black's Law Dictionary*, 8th editio. (St Paul Minnesota: West Publishing Co, 2004), hlm.316.

⁶³ M James O'Grady, "Consumer Remedies," *The Canadian Bar Review* 60, no. 4 (1982), hlm. 549.

⁶⁴ Schiffman dan Kanut dalam Smith Sharma, "District Consumer Forum-: Social -Economic Protection to Consumer," *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)* 7, no. 5 (2020): 297-311.

kepentingan diri sendiri dan/atau keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, melainkan untuk diperdagangkan kembali, atau digunakan sebagai bagian dari proses produksi barang atau proses penyediaan jasa lainnya.

Pengertian yang demikian ditegaskan kembali dalam Pasal 1 angka 1 hasil Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang baru, yaitu orang perseorangan atau badan yang membeli dan/atau menggunakan barang dan/atau memanfaatkan jasa baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dengan tujuan tidak diperdagangkan kembali atau tidak menjadi unsur dalam memproduksi barang dan/atau menghasilkan jasa lain.⁶⁵

Dua negara ASEAN mendefinisikan konsumen sebagai pembeli atau pengguna produk untuk kepentingan diri pribadi dan tidak digunakan untuk kepentingan komersial. Pengertian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah:⁶⁶

Negara	Definisi konsumen	Dasar Hukum
Malaysia	konsumen sebagai orang yang memperoleh atau menggunakan barang atau layanan dari jenis yang biasanya diperoleh untuk keperluan, penggunaan atau konsumsi pribadi, domestik atau rumah tangga. Setiap orang yang memperoleh atau menggunakan barang atau layanan, atau menahan dirinya untuk memperoleh atau menggunakan barang atau layanan, terutama untuk tujuan memasok mereka dalam perdagangan; atau mengonsumsinya selama proses pembuatan; atau dalam hal barang, memperbaiki atau merawat, dalam perdagangan, barang atau perlengkapan lainnya di darat, tidak dianggap sebagai konsumen.	CPA 1999
Thailand	konsumen berarti seseorang yang membeli atau mendapatkan layanan dari seorang pengusaha atau seseorang yang telah ditawarkan atau diundang oleh seorang pengusaha untuk membeli barang atau mendapatkan layanan, termasuk orang yang	<i>Consumer Protection Act/CPA</i> Tahun 1979

⁶⁵ Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Hasil Penyelarasan Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen...*, hlm. 206.

⁶⁶ Musataklima, *Hukum Dan Kebijakan Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Malang: Maknawi, 2024).

	sepatutnya menggunakan barang atau orang yang sepatutnya menggunakan layanan dari pengusaha bahkan jika dia bukan orang yang membayar upah tersebut.	
--	--	--

Berbagai pengertian konsumen di atas, baik nasional dan maupun di regional ASEAN dapat disimpulkan bahwa syarat konsumen yang mendapatkan perlindungan dalam UUPK adalah antara lain:

- a. pemakai barang dan/atau jasa baik yang diperoleh melalui pembelian maupun secara cuma-cuma.
- b. pemakaian barang untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya.
- c. tidak untuk diperdagangkan.

UU ITE sebagai basis transaksi elektronik di Indonesia, tidak memberikan definisi yang pasti walaupun dalam undang-undang tersebut konsumen disebutkan. Namun dalam peraturan di bawah UU ITE, seperti dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), konsumen didefinisikan sebagai setiap pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Konsumen dalam jagat perdagangan, baik secara elektronik maupun non elektronik dibekali hak-hak yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha. Hak-hak menurut John F. Kennedy⁶⁷, yaitu:⁶⁸

⁶⁷ Gretchen Larsen and Rob Lawson, "Consumer Rights: An Assessment of Justice," *Journal of Business Ethics* 112, no. 3 (2013): 515–28, <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1275-9>.

⁶⁸ Kai Purnhagen and Peter Rott, ed., *Varieties of European Economic Law and Regulation* (Switzerland: Springer International Publishing, 2014), hlm. 540.

- a. Hak atas keselamatan: untuk dilindungi dari pemasaran barang-barang yang membahayakan kesehatan atau kehidupan.
- b. Hak untuk mendapat informasi: untuk dilindungi dari informasi, iklan, pelabelan, atau praktik-praktik lain yang menipu, menipu, atau sangat menyesatkan, dan untuk diberikan fakta-fakta yang dibutuhkannya untuk membuat pilihan yang tepat.
- c. Hak untuk memilih: untuk mendapatkan jaminan, sedapat mungkin, akses terhadap berbagai produk dan layanan dengan harga bersaing; dan dalam industri-industri yang persaingannya tidak dapat diterapkan dan peraturan Pemerintah digantikan, jaminan kualitas dan pelayanan yang memuaskan dengan harga yang wajar.
- d. Hak untuk didengar: mendapat jaminan bahwa kepentingan konsumen akan mendapat pertimbangan penuh dan simpatik dalam perumusan kebijakan Pemerintah, serta perlakuan yang adil dan cepat dalam pengadilan administratifnya.

Pasal 4 UUPK sebagai *Ius Constitutum* (hukum yang berlaku) dalam perlindungan konsumen dan merupakan undang-undang payung bagi perlindungan konsumen di Indonesia menetapkan beberapa hak konsumen, yaitu:

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

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

Selain terdapat beberapa hak yang melekat pada konsumen, hukum juga memberikan beberapa kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen. UUPK sebagai *ius constitutum* bagi perlindungan konsumen di Indonesia, dalam Pasal 5 menetapkan beberapa kewajiban yang dipikul konsumen, yaitu:

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

Terhadap kewajiban-kewajiban konsumen yang telah ditetapkan dalam UUPK, jika konsumen mengalami kerugian karena mengabaikan kewajiban-kewajiban

tersebut, maka secara hukum konsumen tersebut akan kehilangan hak untuk memperoleh ganti rugi, kompensasi dan penggantian barang.

Hak dan juga kewajiban konsumen di atas, tidak ditemukan dalam UU ITE, dengan demikian hak dan kewajiban konsumen di atas harus diperhatikan semua model transaksi termasuk dalam transaksi elektronik. Salah satu kewajiban konsumen di atas yang menjadi pembahasan dalam tulisan ini adalah kewajiban iktikad baik. Konsumen wajib beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Memperhatikan teks hukum ini, maka dapat diketahui bahwa kewajiban iktikad baik dari konsumen dalam sebuah transaksi elektronik adalah pada saat melakukan transaksi itu sendiri.

Berdasarkan hal di atas, maka tidak ada kewajiban bagi konsumen untuk beritikad baik pada fase pratransaksi dan purnatransaksi. Pratransaksi konsumen adalah tahap sebelum adanya perjanjian jual beli/transaksi konsumen atau keadaan-keadaan/ peristiwa-peristiwa yang terjadi sebelum konsumen memutuskan untuk membeli dan memakai produk yang diedarkan oleh pelaku usaha.

Pada tahap ini, sesuai dengan haknya sebagai konsumen, ia dapat mencoba mencari informasi mengenai produk yang ada di Pasarloka, membandingkan harganya dengan produk yang serupa. Informasi tersebut bisa didapat melalui, deskripsi produk, membaca ulasan konsumen terdahulu, memperhatikan *rating* yang telah diberikan oleh konsumen terdahulu, dan dapat juga mempertimbangkan tingkat kelarisan produk tersebut.

Tahap transaksi, ketika konsumen sudah mendapatkan hak atas informasi dari produk yang dikehendaknya, kemudian konsumen menggunakan hak atas memilih produk (menentukan) pilihan berdasarkan informasi yang didapat. Apabila

konsumen sudah memasukkan produk ke keranjang dan meng “klik” menu “beli” di website atau aplikasi shopee, maka pada saat itu telah lahir perjanjian antara konsumen dengan pelaku usaha. Sebab meng “klik” menu “beli” di website atau aplikasi Shopee adalah bentuk penerimaan terhadap penawaran produk yang dilakukan pelaku usaha di Lokapasar Shopee. Hal ini sesuai dengan konsep perjanjian sebagai bertemunya penawaran (*ijab*) dan penerimaan (*qabul*) sebagai wujud bertemunya kehendak.⁶⁹ Pada tahap transaksi inilah, disepakati apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak, termasuk cara-cara pemenuhannya.

Tahap purnatransaksi, transaksi yang telah dibuat oleh konsumen dan pelaku usaha di Lokapasar Shopee, tentunya harus direalisasikan, yaitu dalam bentuk pemenuhan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak sesuai dengan yang telah diperjanjikan. Tahap pengikatan perjanjian pada hakikatnya hanyalah awal yang masih harus diurus dengan perbuatan pelaksanaannya. Sebab menurut sifatnya, perjanjian jual beli adalah perjanjian obligatoir.

Dalam perjanjian jual beli antara konsumen dan pelaku usaha, yang diharapkan oleh keduanya adalah bahwa pelaku usaha memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan barang yang dijualnya kepada konsumen, begitu juga sebaliknya, konsumen harus membayar harga yang telah disepakatinya. Kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang harus dilaksanakan tersebut itulah yang disebut dengan prestasi.

Prestasi (*prestatie, performance*) adalah salah satu unsur dari perikatan. Prestasi adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh debitor (pelaku usaha). di dalam

⁶⁹ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad Dalam Fiqih Muamalat* (Jakarta: Rajawali Press, 2007).

kontrak atau perjanjian, prestasi adalah kewajiban kontraktual (*contractual obligation*). Kewajiban kontraktual tersebut dapat berasal dari:⁷⁰

- a. Kewajiban yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan
- b. Kewajiban yang diperjanjikan para pihak dalam perjanjian atau kontrak
- c. Kewajiban yang harus diharuskan dalam oleh kepatutan dan kebiasaan.

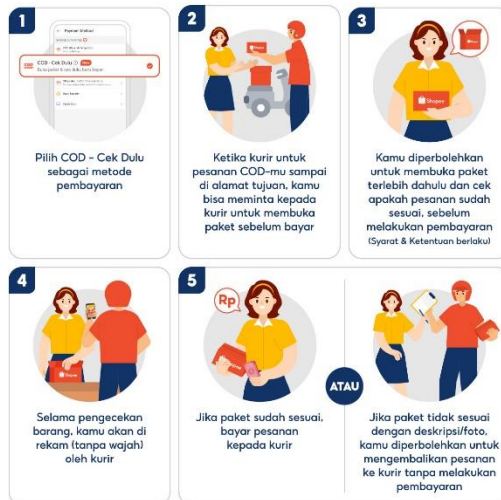
Merujuk pada asal dari kewajiban kontraktual di atas, maka dapat dipastikan bahwa kewajiban untuk memenuhi prestasi dalam hubungan pelaku usaha dan konsumen tidak hanya berasal dari kontrak yang dibangun keduanya, akan tetapi juga berasal dari kewajiban yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa ukuran kewajiban iktikad baik dari konsumen adalah pertama, pemenuhan prestasi berupa pembayaran harga sesuai dengan yang telah disepakati. Dalam konteks ini ketika konsumen sudah mengeklik “beli”, selanjutnya melakukan pembayaran dengan metode pembayaran yang telah dipilih oleh konsumen. Ketika pembayaran melalui mekanisme *Chash on Delivery* (COD). Lokapasar Shopee memberi ketentuan sebagai dalam gambar di bawah:

⁷⁰ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)* (Yogyakarta: FH UII Press, 2014), hlm. 270.

Pembeli diperbolehkan untuk membuka paket sebelum bayar dan mengembalikannya ke kurir jika pesanan rusak, tidak lengkap atau tidak sesuai dengan deskripsi/foto.

CARA KERJA COD - CEK DULU



SYARAT & KETENTUAN

- Program berlaku untuk barang tertentu di seluruh wilayah Indonesia dengan metode pengiriman SPX Express Sameday, SPX Express Standard dan SPX Express Hemat.
- Pembeli harus bersedia **membuka paket di depan kurir dan direkam (tanpa wajah)** selama melakukan pengecekan barang. Jika tidak bersedia, Pembeli tidak dapat melakukan pengecekan sebelum pembayaran dilakukan.
- Untuk pembukaan paket, Pembeli **harus mengikuti instruksi** di bawah ini:
 - Pastikan resi pada paket tidak rusak/tergantung/tersobek.
 - Bagian yang boleh dan tidak boleh dibuka:

No.	Tipe	Boleh Dibuka	Tidak Boleh Dibuka
1	Bungkus Luar	- Plastik - Bubble Wrap - Kardus - Kotak	Kemasan kayu
2	Bungkus Dalam/ Bungkus Barang	- Bubble Wrap - Bungkus tanpa stiker/ label - Bungkus yang bisa dibuka/tutup kembali (zipper)	- Bungkus dengan stiker/ label - Bungkus yang disegel/ staples - Bungkus yang tidak bisa ditutup kembali - Bungkus dari barang Higienis (contoh: Pakaian dalam, Pakaian renang, dll.) - Bungkus barang yang dapat dikonsumsi/dipakai habis (contoh: Makanan, Minuman, Perawatan Tubuh, Obat, Masker, dll.)
3	Produk	Untuk semua bungkus barang yang boleh dibuka, produk boleh dipegang tapi tidak boleh dicoba. Apabila terjadi kerusakan dalam proses pengecekan barang, Pembeli harus membayar pesanan kepada kurir di tempat, dan garansi tidak berlaku lagi.	

Cek Syarat & Ketentuan Selengkapnya di sini!

Cek dulu sebelum bayar berdasarkan gambar di atas adalah dilakukan ketika kurir yang mengantarkan produk konsumen adalah kurir di bawah naungan Shopee. Hal ini diperbolehkan karena kurir tersebut merupakan bagian dari Shopee itu sendiri, sehingga ketika konsumen membuka langsung barang tersebut dan mengecek kesesuaian antara barang dengan yang dideskripsikan, seperti ketika di toko offline di mana konsumen dan pelaku usaha bertemu secara nyata. Adalah merupakan pelanggaran terhadap kewajiban iktikad baik, jika dalam pengecekan produk tersebut konsumen secara tidak jujur mengatakan bahwa produk tersebut tidak sesuai dengan deskripsi, padahal senyatanya telah sesuai.

Terdapat beberapa ketentuan yang telah dibuat oleh Shopee sebagai Lokapasar yang mempertemukan konsumen dengan pelaku usaha terkait “COD cek dulu”. Ketentuan tersebut sebagaimana gambar di bawah:

SYARAT & KETENTUAN

1. Program COD - Cek Dulu merupakan program di mana Pembeli diperbolehkan untuk membuka paket sebelum membayar dan mengembalikannya ke kurir apabila pesanan rusak, tidak lengkap atau tidak sesuai dengan deskripsi/foto.
2. Program berlaku untuk barang tertentu di seluruh wilayah Indonesia dengan metode pengiriman SPX Express Sameday, SPX Express Standard dan SPX Express Hemat.
3. Pembeli harus bersedia **membuka paket di depan kurir dan direkam (tanpa wajah)** selama melakukan pengecekan barang. Jika tidak bersedia, Pembeli tidak dapat melakukan pengecekan sebelum pembayaran dilakukan.
4. Pembeli harus mengembalikan semua produk dalam **1 (satu) paket kiriman** meskipun hanya salah satu produk yang tidak sesuai dengan deskripsi produk tersebut. (Contoh: Pembeli menerima 3 potong baju di mana 1 baju rusak, maka Pembeli harus mengembalikan SEMUA baju sekaligus). Apabila Pembeli ingin mengembalikan salah 1 (satu) produk saja, Pembeli dapat mengajukan pengembalian seperti biasa melalui aplikasi Shopee di halaman Rincian Pesanan.
5. Untuk pembukaan paket, Pembeli harus **mengikuti instruksi di bawah ini**.
 - a. Pembeli **tidak boleh** merusak/menggunting/menyobek resi pada paket.
 - b. Bungkus lapisan paling luar pada paket (plastik, kardus, kotak, bubble wrap) **boleh dibuka kecuali kemasan kayu**.
 - c. Bungkus dari barang Higienis (Contoh: Pakaian dalam, Pakaian renang, Sarung tangan medis, dll.) atau bungkus dari barang yang dapat dikonsumsi/dipakai habis (Contoh: Makanan/Minuman, Perawatan tubuh, Obat-obatan, Masker, Kontak lensa, cairan seperti Parfum, Tinta, Lem, dll.) **tidak boleh dibuka/dirusak**.

- d. Bungkus barang bagian dalam yang **tidak boleh dibuka/dirusak** termasuk:
 - Stiker
 - Tag/label produk
 - Segel pabrik
 - Staples
 - Plastik yang tidak dapat ditutup kembali (harus dirobek/gunting secara paksa)
 - e. **Untuk semua bungkus barang yang boleh dibuka, produknya boleh dipegang tapi tidak boleh dicoba/dirusak.**
6. Pembeli **tidak bisa** menggunakan opsi pembayaran COD (Bayar di Tempat) selama **60 hari** apabila tidak mengikuti syarat & ketentuan program COD - Cek Dulu.

No.	Tipe	Boleh Dibuka	Tidak Boleh Dibuka
Khusus untuk pembelian <i>mystery box</i> , paket tidak boleh dibuka.			
1	Bungkus Luar	Plastik, bubble wrap, Kardus, Kotak	Kemasan kayu
2	Bungkus Dalam/ Bungkus Barang	Bubble wrap, Bungkus tanpa stiker/label, Bungkus yang bisa dibuka & ditutup kembali	Bungkus dengan stiker/label, Disegel, Staples, Bungkus yang tidak bisa ditutup kembali, Bungkus dari barang Higienis yang dapat dikonsumsi/dipakai habis (Contoh: Makanan, Minuman, Perawatan tubuh, Obat-obatan, Masker, Parfum, dll.)
3	Produk	Untuk semua bungkus barang yang boleh dibuka, produk boleh dipegang tapi tidak boleh dicoba. Apabila terjadi kerusakan dalam proses pengecekan barang, Pembeli harus membayar/pesan kepada kurir di tempat, dan garansi tidak berlaku lagi.	

Program “COD Cek dulu”, walaupun terbatas dengan disaksikan oleh kurir tertentu di Lokapasar Shopee, hal ini membedakan Shopee dengan Lokapasar lainnya, dan Shopee yang pertama kali menerapkan program ini, tentu hal ini memudahkan konsumen untuk langsung membatalkan transaksi yang dilakukannya barang yang diterimanya tidak sesuai dengan yang diperjanjikannya. Program ini dapat meminimalisir risiko dalam transaksi online, dan tentunya program ini berorientasi pada perlindungan konsumen.

Kedua, parameter kewajiban iktikad baik konsumen adalah kejujuran dalam memberikan ulasan online dan *rating* produk yang diterimanya. Memberikan ulasan memang bukan merupakan kewajiban konsumen, akan tetapi hanya opsional, namun jika konsumen memilih untuk memberikan ulasan, maka harus sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya. Ulasan dan rating adalah tambahan informasi bagi konsumen selanjutnya sebelum membeli suatu produk.

Ulasan dapat juga berfungsi sebagai bahan koreksi bagi pelaku usaha. dengan ulasan yang jujur, maka pada satu sisi ikut dalam mempromosikan produk pelaku

usaha dan memberikan tambahan informasi yang jujur bagi konsumen, begitu juga sebaliknya jika ulasan yang diberikan oleh konsumen tidak jujur, maka dapat berdampak pada citra buruk pelaku usaha dan juga dapat menjerumuskan konsumen setelahnya, sehingga jika terjadi kerugian akibat dari tindakan konsumen ini, maka konsumen tersebut harus bertanggung jawab.

Namun terdapat pelaku usaha yang mendikte konsumen dalam memberikan ulasan, sehingga kedaulatan konsumen dalam memberikan penilaian terganggu.

Dikte pelaku usaha tersebut seperti gambar di bawah:

(DIHARAPKAN TIDAK MEMBERI BINTANG DIBAWAH 3, KARENA TIDAK ADA MASALAH YANG TIDAK BISA DISELESAIKAN, PENILAIAN ANDA SANGAT BERARTI BAGI KAMI, TERIMA KASIH)

Ketiga, iktikad baik konsumen diukur dengan kepatutannya dalam mengikuti upaya penyelesaian sengketa. Sengketa tersebut dapat terjadi dalam setiap lini kehidupan, tidak terkecuali dalam bisnis. Semakin banyak transaksi yang terjadi semakin lebar pintu terjadinya sengketa. Transaksi konsumen dan pelaku usaha adalah transaksi yang terus menerus terjadi, sengketa dengan demikian selalu mengitarinya. Sengketa tersebut harus selesai dalam rangka untuk melanjutkan keberlangsungan kehidupan manusia secara damai dan harmonis dalam setiap urusan termasuk urusan bisnis. Sengketa dalam bisnis membutuhkan penyelesaian yang cepat, informal dan sederhana, begitu pula dalam sengketa konsumen sebagai bagian dari sengketa bisnis.

Konsumen sebagai pihak yang mengadakan pelaku usaha maupun sebagai pihak yang diadakan oleh pelaku usaha, harus mengikuti upaya-upaya penyelesaian sengketa tersebut. Seperti hadir pada setiap tahapan penyelesaian. Tidak boleh menghindar ketika sudah dipanggil secara patut oleh lembaga penyelesai sengketa.

Sehingga sengketa tersebut dapat selesai lebih cepat dari yang diestimasikan. Sebab sengketa bisnis harus diselesaikan secara cepat agar tidak mengganggu aktivitas bisnis dari keduanya.



Sebagaimana telah diuraikan pada bagian sebelumnya, bahwa Iktikad Baik adalah asas hukum. Dari asas hukum kemudian diturunkan menjadi norma hukum, selanjutnya dari norma hukum tersebut diturunkan menjadi teks hukum berupa undang-undang. Oleh karena itu, kewajiban iktikad baik dari konsumen yang diturunkan dari asas hukum iktikad baik itu sendiri adalah dapat diukur dari kewajiban-kewajiban yang melekat pada konsumen.

2. Pelaku Usaha

Terdapat tiga elemen yang dapat membangun perlindungan konsumen yang komprehensif, yaitu: pertama, Pemerintah dapat dalam melakukan intervensi di pasar untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dalam Islam hal ini diperbolehkan untuk menegakkan atau memulihkan keadilan ekonomi dan melindungi hak-hak konsumen. Negara-negara Islam berwenang penuh untuk campur tangan atau menggunakan kekuatan.

Campur tangan negara dibenarkan dalam hal-hal yang berkaitan dengan perdagangan dalam keadaan jika masyarakat membutuhkan komoditas dan beberapa anggota di antara masyarakat memiliki yang sama, penguasa dapat memaksa individu-individu tersebut untuk menjual surplus stok mereka dengan harga yang setara (*qimat al mitsl*) dan mereka tidak akan diizinkan untuk mengeksploitasi situasi dengan membebankan harga yang melambung tinggi.⁷¹ Bentuk intervensi pemerintah juga dapat berupa pendisiplinan, penegakan peraturan perundang-undangan, pengenaan sanksi dan ganti rugi, edukatif dan berbasis informasi.

Kedua, konsumen, perlindungan konsumen yang sempurna adalah perlindungan diri sendiri, hal ini dapat diwujudkan melalui pemberdayaan konsumen dan juga melalui pembentukan organisasi/asosiasi konsumen berbasis produk (seperti organisasi konsumen energi, asosiasi konsumen *e-commerce*, asosiasi konsumen jasa transportasi dan lain-lain) dan juga dapat dilakukan melalui partisipasi dalam kampanye untuk melindungi hak-hak dan kepentingannya.

Ketiga, selain 2 (dua) entitas di atas, pelaku usaha juga memiliki peran penting dalam hal perlindungan konsumen. Terdapat beberapa kewajiban pelaku usaha di samping juga hak pelaku usaha, hal-hal yang dilarang untuk dilakukan pelaku usaha serta terdapat pula prinsip praktik bisnis yang baik yang jika dilakukan oleh pelaku usaha maka dapat berdampak bagi perlindungan konsumen.

UUPK mendefinisikan pelaku usaha sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara

⁷¹ Mushtaq Ahmad, *Business Ethics in Islam* (Islamabad: International Institute of Islamic Thought, 1995), hlm. 134

Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Termasuk dalam lingkup definisi ini adalah Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.

Obyek yang diperdagangkan oleh pelaku usaha yaitu barang dan jasa (produk). Oleh UPPK barang didefinisikan sebagai setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Adapun jasa oleh UUPK didefinisikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Definisi di atas tidak memberikan petunjuk bagi pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE-Lokapsar/E-commerce). Untuk melihat definisi ini, maka perlu merujuk pada PP No. 80 Tahun 2019 tentang PMSE (PP PMSE), menurut PP ini, Pelaku Usaha PMSE adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang dapat berupa Pelaku Usaha Dalam Negeri dan Pelaku Usaha Luar negeri dan melakukan kegiatan usaha di Bidang PMSE.

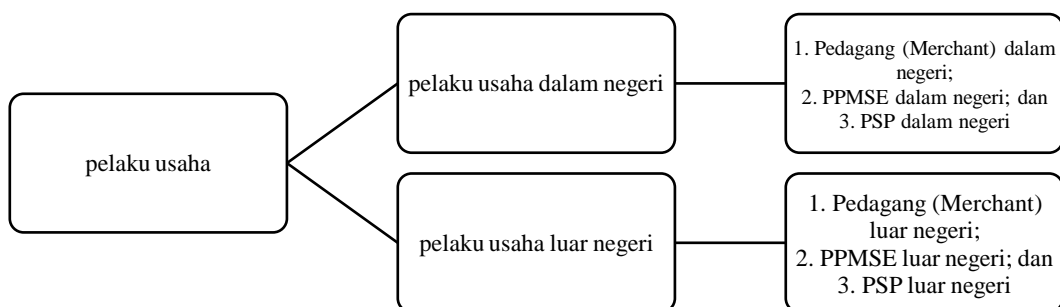
Uniknya dalam PP PMSE ini, selain pelaku usaha, Pedagang (*merchant*) juga diberikan definisi, yaitu pelaku usaha yang melakukan PMSE baik dengan sarana yang dibuat dan dikelola sendiri secara langsung atau melalui sarana milik PPMSE (Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik). PPMSE menurut PP

PMSE adalah pelaku usaha penyedia sarana Komunikasi Elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan.

Kemudian dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, selain memuat definisi-definisi di atas, juga memperkenalkan *Retail Online* (RO) yaitu Pedagang (*merchant*) yang melakukan PMSE dengan sarana berupa situs web atau aplikasi secara komersial yang dibuat, dikelola, dan/atau dimiliki. Dengan pengertian ini, maka *retail online* ini tidak menggunakan PPMSE. RO dengan demikian merupakan varian dari Pelaku Usaha.

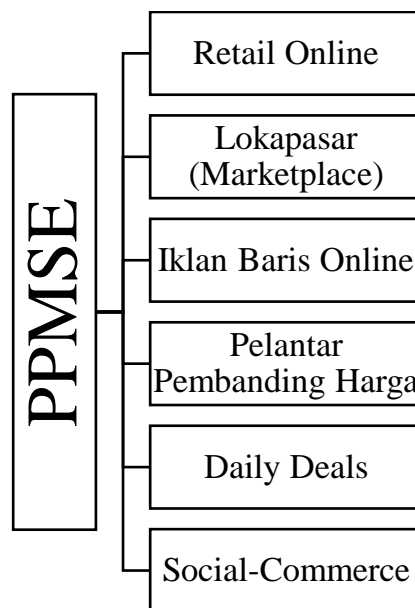
Peraturan menteri di atas juga memperkenalkan Lokapasar (*marketplace*), yaitu sebagai penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (*merchant*) untuk dapat memasang penawaran barang dan/atau Jasa. Shopee adalah termasuk dalam Lokapasar sebagai ia merupakan wadah bagi pedagang memasang penawaran produknya.

Secara detail pelaku usaha dalam peraturan menteri di atas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Berdasarkan gambar di atas, maka yang menjadi bahasan pelaku usaha dalam tulisan ini adalah pelaku usaha dalam dan luar negeri yang terdiri dari pedagang luar dan dalam negeri, serta PPMSE luar dan dalam negeri yang melakukan PMSE dan PPMSE sekaligus.

Selain itu, menurut Peraturan menteri di atas terdapat beberapa macam PPMSE yang diakui, yaitu sebagaimana gambar di bawah:



Kajian dalam tulisan ini adalah pedagang yang menawarkan produknya dalam Lokapasar Shopee. Pedagang yang menawarkan produknya di Shopee tidak dijelaskan oleh UU ITE dan turunannya terkait dengan ukuran-ukuran kewajiban iktikad baiknya. Sebagaimana telah disebutkan di atas, bahwa iktikad baik adalah asas hukum yang darinya lahir norma hukum dan selanjutnya ditulis dalam teks hukum.

Kewajiban Iktikad Baik dalam melakukan usaha bagi pelaku usaha, di samping menjadi kewajiban pelaku usaha itu sendiri, juga menjadi kewajiban konsumen dalam melakukan transaksi Barang dan/atau pemanfaatan Jasa. Perbedaannya adalah jika iktikad baik sebagai kewajiban pelaku usaha meliputi

semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, mulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna jual, sedangkan konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik hanya ketika melakukan transaksi. Hal ini disebabkan karena peluang terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak produk tersebut dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan konsumen berpeluang untuk dapat merugikan pelaku usaha mulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha.⁷²

Ukuran iktikad baik bagi pelaku usaha dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu: *pertama*, pemenuhan kewajibannya yang meliputi:⁷³

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- b. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.⁷⁴
- c. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- d. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.⁷⁵

⁷² Ibid, hlm. 54.

⁷³ Pasal 7 UUPK

⁷⁴ Penjelasan Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.

⁷⁵ Penjelasan: Yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian














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

No.	Fase Iktikad baik	Ukuran Iktikad Baik	Bukti Implementasi di Lokapasar Shopee
1	Pra transaksi	Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan	<i>Merchant</i> (pedagang) baik yang official maupun yang non official berdasarkan pengecekan secara acak telah memberikan informasi ini
		Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku	Konsumen Lokapasar Shopee tidak memiliki cukup pengetahuan untuk menguji mutu barang. Akan tetapi pedagang telah memberikan deskripsi terkait mutu produknya.
2	Saat transaksi	Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan	Kewajiban yang tidak dapat direalisasikan dalam transaksi elektronik adalah kewajiban untuk memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan mencoba produk tertentu. Jika pun ada program “COD Cek Dulu”, hal tersebut hanya memberi kesempatan konsumen untuk melihat produk dan menyesuaikannya dengan deskripsi yang ada di Lokapasar Shopee, belum sampai pada kesempatan

			untuk mencoba produk-produk tertentu. Ke depan untuk produk tertentu dalam program “COD Cek Dulu” perlu diperluas untuk dibuka kesempatan bagi konsumen untuk mencoba produk.
		Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif	Transaksi di Lokapasar Shopee yang non official, kadang pedagang menyuruh temannya melakukan fiktif order dan diminta memberi ulasan dan rating yang baik agar usahanya banyak peminatnya. Ini adalah bagian dari melayani konsumen secara tidak jujur. Transaksi di Lokapasar Shopee dengan tidak terdeskripsikannya data detail dari konsumen, maka pelayanan tanpa diskriminatif dapat dilaksanakan
3	Paska Transaksi	Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan	
		Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian	

Ukuran iktikad baik paska transaksi di atas, Shopee sebagai Lokapasar telah menyediakan menu “pengajuan komplain” jika konsumen mengalami kerugian akibat penggunaan jasa yang diperdagangkan Pedagang (*Merchant*) atau

jika konsumen mengalami kerugian akibat produk yang diterimanya tidak sesuai dengan yang diperjanjikan pedagang (*Merchant*). Adapun ketentuannya dapat dilihat pada gambar di bawah:

<p>A</p> <p>SAYA MENERIMA PRODUK YANG SALAH (SALAH UKURAN, WARNA, ATAU PRODUK)</p>	<p>1. Perhatikan keseluruhan produk yang diterima dengan jelas.</p> 	<p>2. Data pengiriman pada paket harus terbaca & sesuai dengan resi pengiriman.</p> 	<p>3. Perhatikan kemasan paket yang diterima.</p> 	
<p>B</p> <p>SAYA MENERIMA PRODUK YANG RUSAK (FUNGSI)</p>	<p>1. Perhatikan bagian produk yang rusak (fungsi) dengan jelas.</p> 	<p>2. Video simulasi penggunaan produk dengan menjelaskan kerusakan fungsi produk</p> 	<p>3. Data pengiriman pada paket harus terbaca dan sesuai dengan resi pengiriman.</p> 	<p>4. Perhatikan kemasan paket yang diterima.</p> 
<p>C</p> <p>SAYA MENERIMA PRODUK YANG RUSAK (FISIK)</p>	<p>1. Perhatikan bagian produk yang rusak (fisik) dengan jelas.</p> 	<p>2. Data pengiriman pada paket harus terbaca dan sesuai dengan resi pengiriman.</p> 	<p>3. Perhatikan kemasan paket yang diterima.</p> 	
<p>D</p> <p>SAYA MENERIMA PRODUK YANG KURANG (JUMLAH ATAU KELENGKAPAN)</p>	<p>1. Perhatikan jumlah produk yang diterima dengan jelas.</p> 	<p>2. Data pengiriman pada paket harus terbaca dan sesuai dengan resi pengiriman.</p> 	<p>3. Perhatikan kemasan paket yang diterima.</p> 	
<p>E</p> <p>SAYA MENERIMA PRODUK IMITASI</p>	<p>1. Merekam proses scan kode QR pada produk yang memverifikasi keaslian produk, atau</p> 	<p>2. Membandingkan antara produk asli dan produk yang diterima, atau</p> 	<p>3. Membandingkan antara kemasan produk asli dan produk yang diterima.</p> 	

Sumber: Shopee

Berdasarkan gambar di atas, tentu konsumen harus melampirkan data-data dukung atas klaimnya, hal ini ditujukan untuk melindungi pelaku usaha dari iktikad tidak baik dari konsumen. Tips prosedur mengembalikan produk yang sudah diterima oleh konsumen di atas, wajib untuk diketahui oleh konsumen, oleh karena itu maka menjadi rasional jika kewajiban konsumen tidak hanya membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan, namun juga membaca prosedur pengembalian produk.



Terdapat beberapa alasan yang diperbolehkan bagi konsumen Lokapasar Shopee untuk mengembalikan produk dan mendapatkan dananya kembali, yaitu:



Alasan Pengembalian Barang/Dana		Solusi
Saya menerima pesanan namun bermasalah	Berubah Pikiran (Bebas Pengembalian)	Pengembalian Barang & Dana
	Pesanan sampai namun tidak lengkap/kosong	
	Penjual mengirim produk yang salah (salah ukuran, variasi, dll)	
	Produk rusak <ul style="list-style-type: none"> • Produk tanpa kerusakan kemasan luar (dapat dikembalikan) 	
	Produk berbeda dengan deskripsi/foto	
	Produk tidak orisinal	
Saya tidak menerima pesanan saya	Semua pesanan tidak sampai	Pengembalian Dana (sebagian/penuh) tanpa pengembalian barang
	Pesanan sampai namun tidak lengkap/kosong	
	Produk rusak <ul style="list-style-type: none"> • Produk tanpa kerusakan kemasan luar (tidak dapat dikembalikan) • Produk dengan kerusakan kemasan luar 	

Sumber: Shopee

Berdasarkan gambar di atas, maka berubah pikiran pun dapat menjadi alasan untuk melakukan pengembalian barang. Gambar di atas menginformasikan bahwa isi dalam pengajuan pengembalian barang/dana dapat berbeda-beda, tergantung alasan pengembalian yang dipilih. Konsumen tidak perlu menyertakan bukti untuk pengembalian barang/dana dengan alasan semua pesanan tidak sampai dan berubah pikiran (bebas pengembalian).

Seluruh langkah pengajuan pengembalian barang/dana adalah sama yang berbeda adalah dalam hal pembuktian. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah:

NO.	BENTUK PRODUK	ALAT BUKTI	CONTOH BUKTI
1	Produk Rusak	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="616 342 938 555">1. Foto dan/atau video produk yang menunjukkan kerusakan fisik (misalnya retak atau cacat) <li data-bbox="616 562 938 730">2. Foto dan/atau video yang menunjukkan kondisi kemasan internal dan eksternal paket. 	<p data-bbox="1078 353 1273 376" style="text-align: center;">Contoh bukti Produk Rusak</p>  <p data-bbox="1007 501 1078 517">Foto produk rusak</p> <p data-bbox="1126 501 1214 517">Foto kondisi bagian dalam sebelum unboxing</p> <p data-bbox="1254 501 1335 517">Foto paket bagian lu (Fragile Handle With Care)</p>
2	Produk tidak berfungsi secara baik	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="616 752 938 1171">1. Foto dan/atau video produk yang menunjukkan bahwa produk tidak berfungsi sebagaimana mestinya (elektronik yang tidak berfungsi meskipun tersambung ke sumber daya/baterai dimasukkan) 	
3	Produk tidak lengkap/h hilang	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="616 1193 938 1328">1. Foto dan/atau video paket yang diterima dan produk di dalamnya. <li data-bbox="616 1335 938 1547">2. Foto resi yang terlampir pada paket yang menunjukkan isi/berat paket yang seharusnya konsumen terima. <li data-bbox="616 1554 938 1794">3. Foto yang menunjukkan semua produk yang diterima dalam paket sedang ditimbang untuk menunjukkan berat sebenarnya. 	<p data-bbox="1062 1205 1257 1227" style="text-align: center;">Contoh bukti Produk Kurang</p>  <p data-bbox="1023 1435 1134 1451">Memperlihatkan keseluruhan produk yang diterima</p> <p data-bbox="1201 1435 1313 1473">Screenshot pada aplikasi yang menunjukkan jumlah yang seharusnya diterima</p>

4	Produk Salah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Foto dan/atau video paket yang diterima dan produk di dalamnya. 2. Tangkapan layar atau screenshot produk yang dijual di toko Penjual pada aplikasi Shopee. 3. Foto produk yang diukur menggunakan alat ukur (dari ujung ke ujung) jika ukuran produk salah. 	<p style="text-align: center;">Contoh bukti Produk Salah</p>  <p>Foto produk yang diterima</p> <p>Screenshot pada aplikasi ya memperlihatkan produk sebers</p>
5	Produk Imitasi/Tidak Asli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Foto dan/video paket yang diterima, produk di dalamnya, dan kemasannya. 2. Foto resi/<i>consignment note</i> yang dilampirkan pada paket. 3. Tangkapan layar (<i>screenshot</i>)/<i>link</i>/dokumen lain yang menunjukkan fitur produk asli (misalnya No. seri, logo merek, atau gambar dari situs resmi produk). 	<p style="text-align: center;">Contoh bukti produk palsu</p>  <p>Foto penulisan/ukuran produk yang diterima dari produk asli</p> <p>Foto memperlihatkan nomor serial produk untuk verifikasi keaslian</p>

Sumber: Shopee

Dokumen data dukun di atas harus memenuhi beberapa ketentuan yang telah ditetapkan oleh Shopee, yaitu sebagai berikut:

- a. Batas ukuran file: 10 MB per foto, 30 MB (hingga 1 menit) per video.
- b. Memberikan bukti berkualitas baik yang terlihat jelas (tidak buram/berpiksel).
- c. Untuk produk yang rusak, sertakan foto/video secara dekat atau close-up untuk menunjukkan kerusakan/cacat dengan jelas.
- d. Untuk pengembalian produk yang salah, sangat disarankan menyertakan bukti dalam bentuk video.

- e. Berikan riwayat obrolan (*chat*) atau bukti lain yang menunjukkan negosiasi sebelumnya dengan penjual, jika ada.

Adapun proses pengembalian barang/dana membutuhkan waktu sebagai berikut: (a) Produk Shopee Mall, pengembalian barang/dana akan diproses dalam waktu 3-5 hari kerja setelah pesanan yang dikembalikan sampai di Alamat Penjual, (b) Produk non-Shopee Mall, pengembalian barang/dana akan diproses akan diproses dalam waktu 7 hari sejak pengimputan resi atau maks. 2 (dua) sejak status pengiriman terkirim (jika menggunakan resi dari Shopee).

Kedua, penghindaran dari hal-hal yang dilarang oleh UUPK. UUPK menentukan beberapa larangan bagi pelaku usaha untuk tidak dilakukan,⁷⁶ larangan tersebut yaitu termuat dalam beberapa pasal seperti:

Pasal 8

- (1) *Pelaku Usaha dilarang bagi pelaku usaha dalam memproduksi dan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:*
- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang diprasyarkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;*
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;*
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;*
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;*
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;*
 - f. tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;*
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;⁷⁷*
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;*

⁷⁶ Ibid, hlm. 63.

⁷⁷ Penjelasan: Jangka waktu penggunaan/pemanfaatannya yang paling baik adalah terjemahan dari kata *best before* yang biasa digunakan dalam label produk makanan.

- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.⁷⁸
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.⁷⁹
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.⁸⁰

Larangan bagi pelaku usaha yang dibebankan oleh pasal di atas secara substansial tertuju pada 2 (dua) hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan memproduksi produk berkaitan dengan Iktikad Baik pra transaksi, sedangkan larangan memperdagangkan berkaitan dengan Iktikad Baik pada saat transaksi.

Hakikat dari larangan menurut Nurmandjito sebagaimana disitir oleh Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo adalah dalam rangka mengusahakan agar produk yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha, baik melalui label, etiket, iklan dan lain sebagainya.⁸¹

Pasal 9

(1) Pelaku usaha dalam menawarkan, mempromosikan, mengiklankan

⁷⁸ Penjelasan: *Barang-barang yang dimaksud adalah barang-barang yang tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku*

⁷⁹ Penjelasan: *Sediaan farmasi dan pangan yang dimaksud adalah yang membahayakan konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku*

⁸⁰ Penjelasan: *Menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran*

⁸¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hlm. 65.

- suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar; dan/atau seolah-olah:*
- a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;*
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;*
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;*
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;*
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;*
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;*
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;*
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;*
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain*
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;*
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.*
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.*
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.*

Pasal 9 di atas secara substansial mengatur larangan melakukan penawaran, promosi, periklanan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Larangan ini tertuju kepada “perilaku” pelaku usaha dalam menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Hal ini berarti berkaitan dengan kewajiban Iktikad Baik Pelaku Usaha pada fase pra transaksi. Menawarkan produk dengan mekanisme promosi yang diiklankan adalah usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha sebelum transaksi terjadi dengan konsumen

Larangan terhadap pelaku usaha di atas bertujuan untuk mengupayakan terciptanya tertib perdagangan dalam rangka menciptakan ekosistem bisnis yang sehat. Ketertiban dan ekosistem perdagangan yang sehat merupakan bentuk perlindungan konsumen, sebab larangan di atas dapat memastikan bahwa produk

yang diedarkan untuk diperjualbelikan dimasyarakat dilakukan dengan tidak melanggar norma hukum yang berlaku. Seperti praktik menyesatkan pada saat menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, memperdagangkan atau mengedarkan produk yang palsu, atau hasil dari pembajakan.⁸²

Pasal 10

Pelaku usaha dilarang dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;*
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;*
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;*
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;*
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.*

Pasal 10 di atas sama dengan Pasal 9 yang telah dibahas sebelumnya, yaitu sama-sama menyangkut larangan ini tertuju kepada “perilaku” pelaku usaha dalam menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Tujuan larangan ini juga sama dengan larangan pada pasal sebelumnya, yaitu untuk terciptanya tertib perdagangan dalam rangka menciptakan ekosistem bisnis yang sehat yang muaranya adalah perlindungan konsumen yang paripurna.

Larangan yang termuat dalam pasal di atas, secara substansial juga terkait dengan masalah representasi, di mana adalah kewajiban dari pelaku usaha untuk memberikan representasi yang benar atas kondisi produk yang perdagangkannya. Mendapatkan representasi yang benar adalah hak konsumen. Salah satu penyebab terjadinya kerugian konsumen adalah misrepresentasi (kondisi di mana salah satu pihak membuat pernyataan yang salah) terhadap produk tertentu. Kerugian

⁸² Ibid, hlm. 91.

konsumen Indonesia kebanyakan karena tergiur dengan iklan-iklan yang ternyata tidak benar.⁸³

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang dengan mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;*
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;*
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;*
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;⁸⁴*
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;*
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.*

Larangan dalam pasal di atas, masih menyangkut masalah representasi yang tidak yang dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu berupa perilaku dalam cara-cara penjualan produk melalui iklan dan/atau lelang yang menyesatkan konsumen.

Selain larangan-larangan yang dimuat dalam pasal-pasal di atas, terdapat juga larangan yang sama-sama ditujukan kepada perilaku pelaku usaha seperti yang dimuat dalam pasal-pasal di bawah ini:

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakan sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13

(1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

⁸³ Ibid..., hlm. 91.

⁸⁴ Penjelasan: Yang dimaksud dengan jumlah tertentu dan jumlah yang cukup adalah jumlah yang memadai sesuai dengan antisipasi permintaan konsumen.

(2) *Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.*

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang masuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;*
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;*
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;*
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.*

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;*
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.*

Selain larangan-larangan di atas, masih ada larangan terkait dengan iklan dalam Pasal 17 UUPK yang menyatakan bahwa:

(1) pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;

f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

(2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

Larangan-larang di atas merupakan turunan dari kewajiban pelaku usaha untuk Beriktikad baik dalam melaksanakan usahanya, larangan-larang di atas ditekankan pada perilaku penawaran melalui periklanan dan promosi, sehingga hal tersebut merupakan mengejawantahkan kewajiban Iktikad Baik pelaku usaha pada fase pra transaksi. Dengan dipatuhinya Iktikad Baik pra transaksi maka perlindungan konsumen secara preventif dapat terwujud.

Dengan larangan-larangan di atas, maka menjadi jelas bahwa porsi pengaturan dalam UUPK lebih banyak ditujukan kepada pelaku usaha dari pada konsumen. Hal ini terjadi karena UUPK dirancang dalam suasana *caveat venditor* (pelaku usaha harus berhati-hati). Penerapan *caveat venditor* diharapkan mampu menciptakan kesetaraan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen, meskipun dalam perkembangannya para pejuang perlindungan konsumen juga harus tetap memberi perhatian pada *caveat emptor* (konsumen harus berhati-hati), berdampingan dengan *caveat venditor*.

Hal di atas disandarkan pada suatu alasan adalah karena khususnya dunia periklanan barang/jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (*common goods/services*), didominasi oleh strategi untuk menjual citra (*image*) daripada menjual kualitas barang/jasa. Sasarannya adalah agar konsumen berharap dapat memiliki citra seperti yang diiklankan atau dapat mengubah citranya, apabila mengkonsumsi barang/jasa yang diiklankan. Untuk itu

konsumen akan berusaha keras membeli sekalipun mungkin barang/jasa tersebut tidak dibutuhkannya (*needs*), tidak sesuai dengan seleranya (*wants*), serta tidak sesuai dengan kemampuan daya belinya (*purchasing power*).

Shopee sebagai Lokapasar tidak menggaransi semua produk yang dijualnya original, begitu juga tidak dapat memastikan kebenaran promosi dan iklan yang dilakukan oleh pedagang sebagai afiliasi Shopee. Namun Shopee sudah memberikan larangan informasi dan iklan yang menyesatkan.⁸⁵ Terhadap barang tidak original, untuk mengantisipasinya, terdapat program Shopee Garansi 100% ori.⁸⁶ Shopee Garansi 100% Ori adalah sebuah program yang menjamin bahwa produk bertanda 'Shopee Garansi 100% Ori' merupakan produk original. Jika produk terbukti tidak original, Shopee menjamin pengembalian dana 100%.

Namun hanya pihak Shopee yang berhak memutuskan bahwa produk yang dibeli original/tidak original. Apabila produk yang dibeli dari Shopee dinyatakan tidak original oleh Tim Shopee, maka produk akan dikembalikan ke Penjual dan konsumen akan mendapatkan pengembalian dana sebesar 100% dari harga produk. Biaya pengembalian produk ke Penjual di luar jasa kirim J&T merupakan tanggung jawab Pembeli.

Untuk memastikan keaslian produk, konsumen harus cek terlebih dahulu apakah produk dijual oleh toko Shopee Mall atau tidak. Apabila produk tersebut dijual oleh toko Shopee Mall, maka Shopee menjamin bahwa produk tersebut 100% asli. Perhatikan label Shopee Mall untuk menentukan apakah suatu produk

⁸⁵ <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71217-Syarat-dan-Ketentuan-Program-Afiliasi-Shopee-untuk-Individu?previousPage=search%20recommendation%20bar>, diakses pada tanggal

⁸⁶ [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72327-\[%3Cem%3EGaransi%3C%2Fem%3E-%3Cem%3EShopee%3C%2Fem%3E\]-Apa-itu-%3Cem%3EShopee%3C%2Fem%3E-%3Cem%3EGaransi%3C%2Fem%3E-%3Cem%3E100%3C%2Fem%3E-%3Cem%3EOri%3C%2Fem%3E?previousPage=search%20results%20page](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72327-[%3Cem%3EGaransi%3C%2Fem%3E-%3Cem%3EShopee%3C%2Fem%3E]-Apa-itu-%3Cem%3EShopee%3C%2Fem%3E-%3Cem%3EGaransi%3C%2Fem%3E-%3Cem%3E100%3C%2Fem%3E-%3Cem%3EOri%3C%2Fem%3E?previousPage=search%20results%20page)

berasal dari toko Shopee Mall. Jika produk tidak dijual oleh toko Shopee Mall, cara lain yang bisa Anda lakukan adalah:

- a. Periksa ulasan produk dari Pembeli sebelumnya.
- b. Periksa apakah Deskripsi Produk menyebutkan bahwa Penjual adalah Distributor Resmi untuk produk tersebut.

Meskipun peredaran produk palsu atau produk yang telah melanggar hak Kekayaan Intelektual (HAKI) orang lain dilarang di Shopee, mungkin terlewatkan selama pemeriksaan Shopee. Konsumen dapat melaporkan produk yang melanggar peraturan ini melalui halaman produk di Aplikasi Shopee dan Shopee Lite.⁸⁷

Kebijakan Barang yang Dilarang dan Dibatasi merupakan tanggung jawab Penjual untuk memastikan bahwa barang yang mereka ajukan mematuhi semua undang-undang dan diizinkan untuk didaftarkan untuk dijual sesuai dengan ketentuan dan kebijakan Shopee sebelum pendaftaran barang pada platform penjualan.⁸⁸

Pelanggaran terhadap Kebijakan Barang yang Dilarang dan Dibatasi di atas, dapat membuat Penjual/Pedagang dikenai berbagai tindakan yang merugikan, termasuk tetapi tidak terbatas pada salah satu atau semua hal berikut:

- a. Penghapusan daftar;
- b. Batasan diberlakukan pada hak Akun;
- c. Penangguhan dan pengakhiran akun; dan
- d. Tindakan hukum.

⁸⁷ [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71951-\[Keamanan-produk\]-Bagaimana-memastikan-keaslian-suatu-produk?previousPage=related%20articles](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71951-[Keamanan-produk]-Bagaimana-memastikan-keaslian-suatu-produk?previousPage=related%20articles), diakses pada tanggal 16 Maret 2024.

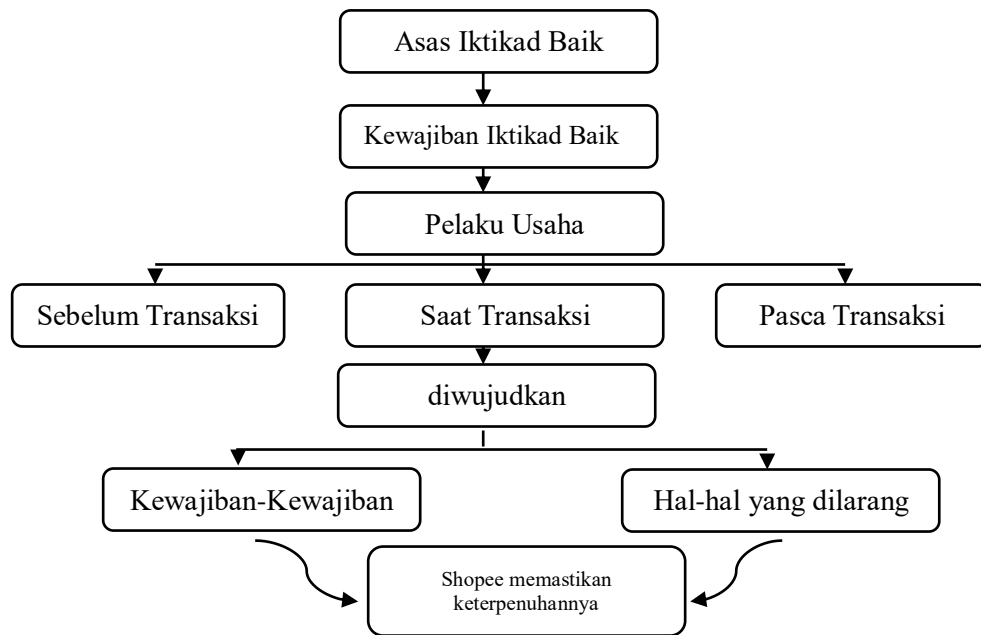
⁸⁸ <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71189-Kebijakan-Barang-yang-dilarang-dan-%3Cem%3Edibatasi%3C%2Fem%3E?previousPage=search+results+page&previousPage=other+articles>, diakses pada tanggal 16 Maret 2024.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa Shopee sebagai Lokapasar tidak menggaransi keaslian produk, kebenaran informasi dan iklan yang dilakukan oleh Pedagang yang berafiliasi dengannya. Terhadap hal-hal seperti di atas, Shopee bergantung kepada konsumen untuk melaporkan kepadanya jika mengalami hal tersebut.

Terhadap hal di atas, Shopee sebenarnya sudah mematuhi PP PMSE Pasal 17 yang menyatakan bahwa:

- a. PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri dilarang menerima Pedagang dalam negeri dan pedagang luar negeri yang tidak mematuhi syarat dan ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia.
- b. PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri yang bertransaksi dengan konsumen wajib mematu ketentuan peraturan perundang-undangan di Indonesia.

Pada konteks ini, Shopee sebagai PPMSE dalam bentuk Lokapasar tidak etis jika lepas tangan terhadap peredaran produk yang tidak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di Indonesia, akan tetapi Shopee juga harus terus menyisir dan memastikan semua produk yang dijual dilakukannya sesuai ketentuan perundang-undnagan di Indonesia dan tidak berdampak menimbulkan kerugian di pihak konsumen. Sebab bagaimanapun juga produk tersebut beredar di pasar yang disediakan oleh Shopee.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat ditarik 2 (dua) kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Makna Iktikad Baik dalam perdagangan melalui sistem elektronik (*e-Commerce*) Lokapasar (*Marketplace*) Shopee, yaitu merujuk kepada PP PMSE sebagai dasar bagi perdagangan melalui elektronik di Indonesia. Menurut PP PMSE ini, Iktikad Baik adalah asas yang digunakan para pihak dalam melakukan Transaksi Elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut. Berdasarkan hal ini, maka dapat dirangkai bahwa makna iktikad baik dalam transaksi elektronik adalah transaksi elektronik tersebut tidak ditujukan untuk mengakibatkan kerugian bagi semua pihak, baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha, baik melalui suatu transaksi yang melawan hukum atau transaksi yang tidak disandarkan kepada hak hukum. Secara singkat Iktikad Baik dalam transaksi elektronik disejajarkan dengan perbuatan melawan hukum (PMH).
2. Parameter Iktikad Baik dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-Commerce*) Lokapasar (*Marketplace*) Shopee adalah pertama bagi konsumen Shopee diukur dengan pemenuhan kewajiban konsumen dalam melakukan pembayaran produk, pemberian ulasan secara jujur dan secara patut mengikuti upaya penyelesaian sengketa. Kedua bagi pelaku usaha/Pedagang (*Merchant*) yang berafiliasi dengan Shopee kewajiban iktikad baik dimulai sejak pra transaksi, saat

transaksi dan setelah transaksi yang diukur dengan pemenuhan kewajiban-kewajiban pelaku usaha dan penghindaran hal-hal yang dilarang untuk diedarkan.

B. Saran

Ada 2 saran yang akan di sampaikan oleh penulis dalam hal ini akan dipaparkan dibawah:

1. Diharapkan bagi para konsumen untuk berupaya dalam melakukan iktikad baik dalam melakukan transaksi melalui sistem eletronik terkhusus dalam penggunaan lokapasar Shopee dari dimulai sejak ketika ingin bertanya dan komentar di lapak penjuaaan diharapkan menggunakan bahasa yang baik dan sopan, menampilkan identitas diri maupun alamat yang benar, serta saat melakukan transaksi pembelian diharapkan memenuhi kewajiban-kewajiban sebagai konsumen. Apabila telah melakukan transaksi diharap melakukan *review* dengan jujur dan apabila ada problematika baik itu disebabkan oleh konsumen sendiri, pelaku usaha maupun pihak ketiga (jasa pengiriman) diharap untuk menyelesaikan perkara tersebut dengan patut dan sesuai ketentuan yang berlaku.
2. Diharapkan bagi para pelaku usaha lokapasar Shopee untuk berupaya dalam melakukan iktikad baik dalam melakukan transaksi yang diwujudkan mulai dari memasang deskripsi barang dengan baik dan sejujur-jujurnya, menjual barang-barang yang baik maupun patut untuk diperjual belikan. Hingga pada tahap transaksi pelaku usaha diharapkan untuk proaktif dalam menjaga hubungan maupun komunikasi dengan konsumen, dengan malakukan respon yang baik atas pertanyaan/keluhan maupun turut aktif berkompromi bila terjadi problematika pada saat pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-undangan

Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia,
Dokumen Pembangunan Hukum Tahun 2017 Jakarta: Badan Pembinaan Hukum
Nasional Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, 2016

Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Hasil
Penyelarasan Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang
Perlindungan Konsumen.*

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan
Melalui Sistem Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019
Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420

Undang Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999

Buku dan Jurnal

Abdul Gaffar Khan, "Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an
Emerging Economy," *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research
Journal Publisher: Global Journals Inc* 16, no. 1 (2016).

Abdul Halim Barkatullah. *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusamedia, 2010.

Abdul Halim Barkatullah. *Hukum Perlindungan Konsumen; Kajian Teoretis Dan
Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media, 2006.

Abdulkadir Muhammad. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti,
2004.

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004.
- Amiruddin dan Zainal Asikin. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Press, 2018.
- B.A Garner, *Black's Law Dictionary*, 8th editio., St Paul Minnessota: West Publishing Co, 2004.
- Bambang Sunggono. *Metodologi Penelitian Hukum*. Edited by Cetakan 1. Jakarta: Rajawali Press, 2007.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2017.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Dadhan Marganti Ritonga, Roby. "Itikad Baik Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Gagasan Hukum* 2, no. 01 (2020): 71–88. <https://doi.org/10.31849/jgh.v2i01.8236>.
- Dadwal, Sapna, Prof D C Agarwal, Deepti Tanwar, and Anuradha Sahu. "Gandhian CRM- Mahatma Gandhi ' s Philosoph y On Managing Relationship With Customers." *Journal of Positive School Psychology* 6, no. 6 (2022): 2968-75.
- Ery Agus Priyono, "Peranan Asas Itikad Baik Dalam Kontrak Baku (Upaya Menjaga Keseimbangan Bagi Para Pihak)," *Diponegoro Private Law Review* 1, no. 1 (2017): 1689–99, <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatia.press.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseysociety.com/>

downloads/reports/Educati.

Ferawati, Dinda, and Faiz Mufidi. "Penerapan Prinsip Itikad Baik Oleh Pelaku Usaha Atas Pencantuman Klausula Baku Dalam Jual Beli Online Ditinjau Dari KUH.

Perdata Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."

Bandung Conference Series: Law Studies 2, no. 2 (2022): 1082–86.

<https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i2.2568>.

Fox, Cecil H. "Caveat Emptor — Let the Buyer Beware." *Journal of Histotechnology*, 1983. <https://doi.org/10.1179/his.1983.6.2.63>.

Frischa Ninidia Siagian. *Asas Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Jual Beli Online*

Dengan Sistem Cash On Delivery Dhubungkan Dengan Buku III KUHPerdata

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

Bandung: Universitas Pasundan, 2023.

Gretchen Larsen and Rob Lawson, "Consumer Rights: An Assessment of Justice," *Journal*

of Business Ethics 112, no. 3 (2013): 515–28, [https://doi.org/10.1007/s10551-012-](https://doi.org/10.1007/s10551-012-1275-9)

1275-9.

Gintis, Herbert, Carel van Schaik, and Christopher Boehm. "Zoon Politikon: The

Evolutionary Origins of Human Political Systems." *Current Anthropology* 56, no.

3 (2015): 327–53. <https://doi.org/10.1086/681217>.

Kai Purnhagen and Peter Rott, ed., *Varieties of European Economic Law and Regulation*,

Switzerland: Springer International Publishing, 2014.

Hafiz, Muhammad, and Mohd Shukri. "The Application of Caveat Emptor and Caveat

Venditor Doctrines from Civil and Islamic Perspectives." *Malaysian Journal of*

Law and Society 28 (2021).

- Ibrahim, Jhonny. *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*. Cetakan ke. Jakarta: Prenada Media Group, 2018.
- Jaap Hijma Rosa Agustina, Sunarnoko, Hans Niewenhuis, *Hukum Perikatan (Law of Obligations)*, *Seri Unsur-Unsur Penyusun Bangunan Negara Hukum* (Denpasar: Pustaka Larasan; Universitas Indonesia; Universitas Leiden; Universitas Groningen. Retrieved, 2012.
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006.
- Khairandy, Ridwan. “Makna, Tolok Ukur, Pemahaman, Dan Sikap Pengadilan Di Indonesia Terhadap Iktikad Baik Dalam Pelaksanaan Kontrak.” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 16, no. Edisi Khusus (2009): 51–71.
- Khan, Ferojuddin M A, Manisha Singh, Pramod Kumar Shrivastava and Shilpa Bahl. “Concept of Caveat Venditor and Its Application in Healthcare and Education Sector.” *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry* 13, no. 1 (2022): 217–25.
- Leviness, Charles T. “Caveat Emptor Versus Caveat Venditor.” *Maryland Law Review* 7, no. 3 (1943).
- Musataklima, *Hukum Dan Kebijakan Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Malang: Maknawi, 2024).
- M James O’Grady, “Consumer Remedies,” *The Canadian Bar Review* 60, no. 4 (1982).
- Mahmoud Fayyad, “Measures of the Principle of Good Faith in European Consumer Protection and Islamic Law, a Comparative Analysis,” *Arab Law Quarterly* 28, no. 3 (2014): 205–30, <https://doi.org/10.1163/15730255-12341283>. Muhammad Khan et al., “Good Faith Principles in Islamic Contract Law: A Comparative Study with Western Contract Law,” *Korea International Trade Research Institute* 15, no. 6 (2019): 143–59, <https://doi.org/10.16980/jitc.15.6.201912.143>.

- Margarita Išoraitė and Neringa Miniotienė, “Electronic Commerce: Theory and Practice,” *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)* 2, no. 2 (2018): 73, <https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i2.78>.
- Mushtaq Ahmad, *Business Ethics in Islam*, Islamabad: International Institute of Islamic Thought, 1995.
- Makarim, Edmon. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Mei Pakpahan, John, and Indra Afrita. “Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Perjanjian Pengiriman Barang.” *National Conference on Social Science and Religion*, no. 3 (2022): 607–14.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- Pawestri, Ros. *Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Transaksi Online Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Konsumen*. Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang, 2021.
- Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Prawitasari, Fransisca Yanita, Heru Saputra, Lumban Gaol, and Veronica Jessica.
- “Implementasi Prinsip Caveat Emptor Dan Caveat Venditor Dalam Kasus Peredaran Jamu Kuat Mengandung Bahan Kimia Obat.” *Jurnal Kertha Patrika* 44, no. 1 (2022): 116–35.
- Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Yogyakarta: FH UII Press, 2014.
- Ridwan Khairandy. *Iktikad Baik Dalam Kontrak Di Berbagai Sistem Hukum*. Yogyakarta: FH UII Press, 2017.

- Ridwan Khairandy. *Kebebasan Berkontrak Dan Pacta Sunt Servanda Versus Iktikad Baik: Sikap Yang Harus Diambil Pengadilan*. Yogyakarta: FH UII Press, 2015.
- Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad Dalam Fiqih Muamalat*, Jakarta: Rajawali Press, 2007.
- Schiffman dan Kanut dalam Smith Sharma, "District Consumer Forum- : Social - Economic Protection to Consumer," *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)* 7, no. 5 (2020).
- Sa'ida Rusdiana dan Sularto Antari Innaka, "Penerapan Asas Itikad Baik Tahap Prakontraktual Pada Perjanjian Jual Beli Perumahan," *Mimbar Hukum* 24, no. 3 (2012).
- Shahrzad Shahriari, Shahriari Mohammadreza, and Saeid Gheiji, "E-Commerce and It Impactson Global Trend and Market," *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH* 3, no. 4 (2015): 49–55, <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v3.i4.2015.3022>.
- Shalu Nigam. "From Caveat Emptor to Caveat Venditor: The Consumer Protection Act 2019 And the Consumer Rights Shalu." *Legal News and Views* 34, no. 3 (2020).
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2004. Soerjono Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1986.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006.

Wignjosoebroto, Soetandyo. *Hukum: Paradigma, Metode, Dan Masalahnya*.

Edited by Ifdhal Kasim (Editor Utama), Winarno Yudho, Sandra Moniaga, Noer Fauzi, Ricardo Simarmata, and Eddie Sius RL. Jakarta: Elsam dan Huma, 2002.

Wignjosoebroto. *Hukum Konsep Dan Metode*. Malang: Setara Press, 2013.

Wing, Chau Kwong, and Lennon H T Choy. "Let the Buyer or Seller Beware : Measuring Lemons in the Housing Market under Different Doctrines of Law Governing Transactions and Information." *The Journal of Law & Economics* 54, no. 4 (2011). <https://doi.org/10.1086/661941>.

Yaser Ahangari Nanehkaran, "Introduction to Electronic Commerce," *International Journal of Scientific & Technology* 2, no. 4 (2013): 69–87, https://doi.org/10.1007/978-1-4471-3018-5_6.

Y. Sari Murti Widiastuti, *Asas-Asas Pertanggungjawaban Perdata (Bagian Pertama)*, Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2020.

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

Internet

<https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71217-Syarat-dan-Ketentuan-Program-Afiliasi-Shopee-untuk-Individu?previousPage=search%20recommendation%20bar>, diakses pada tanggal

<https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72327-%3Cem%3EGaransi%3C%2Fem%3E->

[%3Cem%3EShopee%3C%2Fem%3E\]-Apa-itu-](#)

[%3Cem%3EShopee%3C%2Fem%3E-](#)

[%3Cem%3EGaransi%3C%2Fem%3E-%3Cem%3E100%3C%2Fem%3E-](#)

[%3Cem%3EOri%3C%2Fem%3E?previousPage=search%20results%20pag
euupk](#)

[\[memastikan-keaslian-suatu-produk?previousPage=related%20articles,\]\(#\)](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71951-[Keamanan-produk]-Bagaimana-</u></p></div><div data-bbox=)

[diakses pada tanggal 16 Maret 2024.](#)

[\[dan-\]\(#\)](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71189-Kebijakan-Barang-yang-dilarang-</u></p></div><div data-bbox=)

[%3Cem%3Edibatasi%3C%2Fem%3E?previousPage=search+results+page](#)

[&previousPage=other+articles,](#) diakses pada tanggal 16 Maret 2024.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Identitas Pribadi

Nama : Ahmad Zaim Faizi
NIM :17220141
TTL : Sumenep, 08 05 1999
Alamat : Jl. Al-Hidayah, Kettep, Arjasa, Kec. Arjasa, Kabupaten Sumenep
Email : zaimfaizi98@gmail.com
no. HP : 082264781321

Riwayat Pendidikan

1. TK AL – HIDAYAH, KABUPATEN SUMENEP
2. SDN ARJASA 1, KABUPATEN SUMENEP
3. MTS AL - HIDAYAH, KABUPATEN SUMENEP
4. SMAN 2 SUMENEP, KABUPATEN SUMENEP
5. UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

BUKTI KONSULTASI

Nama : Ahmad Zaim Faizi
 NIM : 17220141
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
 Dosen Pembimbing : Dr. Musataklima S.HI., M.HI.
 Judul Skripsi : MAKNA DAN PARAMETER KEWAJIBAN
 IKTIKAD BAIK BAGI PELAKU USAHA DAN KONSUMEN DALAM
 TRANSAKSI ELEKTRONIK LOKAPASAR SHOPEE

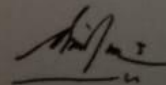
No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Rabu, 17 Januari 2024	Konsultasi judul skripsi	<i>Ut</i>
2.	Rabu, 24 Januari 2024	Acc judul skripsi	<i>Ut</i>
3.	Senin, 19 Februari 2024	Konsultasi proposal skripsi	<i>Ut</i>
4.	Rabu, 21 Februari 2024	Perbaikan proposal skripsi	<i>Ut</i>
5.	Rabu, 13 Maret 2024	Acc proposal skripsi	<i>Ut</i>
6.	Kamis, 4 April 2024	Konsultasi bab ii dan iii	<i>Ut</i>
7.	Jum'at, 3 Mei 2024	Konsultasi bab iii	<i>Ut</i>
8.	Senin, 13 Mei 2024	Perbaikan bab iii	<i>Ut</i>
9.	Kamis, 16 Mei 2024	Konsultasi bab iii dan iv	<i>Ut</i>
10.	Selasa, 21 Mei 2024	Acc skripsi	<i>Ut</i>

Malang, 21 Mei 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakruddin M.HI

NIP: 197408192000031002