

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL**

**BELI PRODUK SKINCARE DI APILIKASI *SHOPPE***

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

**Hilangla Gema Noresti**

**19410651**

**PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN



### PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI PRODUK SKINCARE DI APILIKASI SHOPPE

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan  
ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendararan  
pada tanggal 19 Oktober 2023



Yogyakarta, 26 September 2023  
Dosen Pembimbing Tugas Akhir,

Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D.

## HALAMAN PENGESAHAN



### PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI PRODUK SKINCARE DI APLIKASI SHOPPE

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam  
Ujian Tugas Akhir / Pendadaran  
pada tanggal dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 19 Oktober 2023

Tim Penguji

1. Ketua : Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D.
2. Anggota : M. Syamsudin, Prof., Dr., S.H., M.H.
3. Anggota : Retno Wulansari, S.H., M.Hum.

Tanda Tangan



Mengetahui:  
Universitas Islam Indonesia  
Fakultas Hukum  
Dekan,



**Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.H.**  
NIK. 014100109

## **CURRICULUM VITAE**

1. Nama Lengkap : Hilangla Gema Noresti
2. Tempat Lahir : Wonogiri
3. Tanggal Lahir : 03 April 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : O
6. Alamat Terakhir : Dagangan, RT.002 RW.003, Ngaglik, Bulukerto, Wonogiri
7. Alamat Asal : Dagangan, RT.002 RW.003, Ngaglik, Bulukerto, Wonogiri
8. Identitas Orang Tua
  - a. Nama Ayah : Eko Budi Handoyo  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
  - b. Nama Ibu : Herma Ika L  
Pekerjaan Ibu : Wiraswasta
9. Alamat Orang Tua : Dagangan, RT.002 RW.003, Ngaglik, Bulukerto, Wonogiri
10. Riwayat Pendidikan
  - a. SD : SDN 2 NGAGLIK
  - b. SLTP : SMPN 1 PURWANTORO
  - c. SLTA : SMAIT ABU BAKAR YOGYAKARTA
11. Organisasi :
12. Prestasi : -
13. Hobi : Jogging, membaca.

## **MOTTO**

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.”

– HR Tirmidzi

“Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun berpikir bahwa mereka tidak bisa gagal.”

– Bill Gates

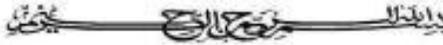
“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad.”

– Abu Hamid Al Ghazali

# HALAMAN PERNYATAAN

## SURAT PERNYATAAN

### ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : HILANGLA GEMA NORESTI

Nama Nomor Mahasiswa : 19410651

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menempuh Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul: **PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI PRODUK SKINCARE DI APLIKASI SHOPPE**

Karya Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini Saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini benar-benar asli (orisinil), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan "penjiplakan karya ilmiah (plagiat)".
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum UII dan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan pernyataan di atas (terutama pernyataan pada butir no. 1 dan no. 2) saya sanggup menerima Sanksi baik sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut.

Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menandatangani berita acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan "Majelis" atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas. Apabila tanda-tanda plagiat disinyalir ada atau terjadi pada karya ilmiah saya oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Demikian, Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan dalam kondisi sehat jasmani dan rohani dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apa pun dan oleh siapapun.

Yogyakarta, 20 Juni 2023  
Yang Membuat Pernyataan,

  
Hilangla Gema Noresti  
19410651



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya yang selalu mengiringi kehidupan penulis hingga saat ini, yang tidak akan bisa terhitung dan terhenti sampai akhir hayat. Penulisan hukum ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang senantiasa memberikan perlindungan dan kemudahan dalam segala hal kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Bagya Agung Prabawa, S.H., M.Hum, Ph.D selaku dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, di tengah-tengah kesibukannya dan penuh kesabaran serta ketulusan membimbing maupun memberikan pengarahan penulisan hukum hingga penulisan dengan baik.
4. Orang tua yang tersayang, Papa Eko Budi Handoyo dan Mama Herma Ika Listiyaningsih Terima kasih atas segala kasih sayang, perjuangan serta didikannya kepada penulis hingga saat ini. Doa dari mama dan motivasi dari papa sejak dahulu sudah mendukung segala tumbuh kembang penulis di masa perkuliahan ini. Penulisan hukum ini penulis persembahkan untuk papa serta mama tercinta.
5. Adik, Keluarga besar Nores dan saudara yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selama ini selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada Allah SWT sehingga penulis mencapai keberhasilan dalam menyelesaikan studi ini.

6. Sahabat Penulis Nurul Etri, Harungi, Warih, Saikul Fiqri, Achmad yang selalu ada dan selalu banyak menyakinkan menempuh kuliah ini hingga menyelesaikan tugas akhir.
7. Semua Pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan seluruh pihak yang telah membantu penulis dengan segala balasan yang baik Allahuma Amin.

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI  
PRODUK SKINCARE DI APLIKASI SHOPPE**

Hilangla Gema Noresti<sup>1</sup>, Bagya Agung Prabowo<sup>2</sup>

Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia

[19410651@students.uii.ac.id](mailto:19410651@students.uii.ac.id)

*Abstract*

*This research discusses consumer protection in sales and purchase agreements for skincare products on the Shopee application. This type of research is normative law, the approach method used is law. The data source obtained through legal materials is in the form of primary data, namely data collection carried out through a literature study basis. The results of this research are first, consumer protection in sales and purchase agreements for business actors who are in default is not fulfilled because there are factors of seller dishonesty, consumer unawareness, lack of regulations and not obtaining correct, clear and honest information regarding the condition and guarantee of goods as well as explanations of use, repairs and maintenance of electronic media trading or online buying and selling in accordance with Article 7 of Law 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Second, business actors do not fulfill their responsibilities because they do not provide compensation for damage and/or losses to consumers resulting from consuming goods produced or traded in accordance with Article 19 of the Consumer Protection Law. These regulations are clearly regulated but business actors tend to ignore them.*

*Keywords: Consumer Legal Protection, Sales and Purchase Agreements, Shoope Application.*

**Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shopee*. Jenis penelitian ini merupakan hukum normatif, metode pendekatan yang digunakan adalah undang-undang. Sumber data yang diperoleh melalui bahan hukum berupa data primer yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui basis studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah *pertama*, Perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli terhadap pelaku usaha yang wanprestasi tidak terpenuhi karena terdapat faktor ketidakjujuran penjual, ketidakwaspadaan konsumen, kurangnya regulasi serta tidak memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang serta penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan perdagangan media elektronik atau jual beli online sesuai dalam Pasal 7 undang-undang 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Kedua*, pelaku usaha tidak memenuhi tanggung jawabnya karena tidak memberikan ganti rugi atas kerusakan, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan sesuai dengan Pasal 19 Undang-Undang

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia

Perlindungan Konsumen. Dari peraturan tersebut sudah jelas diatur namun pelaku usaha cenderung mengabaikannya.

Kata kunci: Perlindungan Hukum Konsumen, Perjanjian Jual Beli, Aplikasi Shoope.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, skripsi saya berjudul, “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Produk Skincare Di Apilikasi Shoppe” selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Adapun skripsi ini diselesaikan tidak terlepas dari bantuan, dukungan maupun doa dari banyak pihak. Maka dari itu, besar terima kasih saya sampaikan sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah Swt Swt atas segala rahmat, hidayah, dan nikmat yang tiada pernah berhenti bagi umat-Nya.
2. Nabi Muhammad Saw, sosok yang membawa peradaban ilmu pengetahuan menjadi lebih baik.
3. Ayah dan Ibu yang telah mendoakan, mendukung serta membiayai.
4. Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
5. Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa bersabar dan mendukung penuh saya untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
6. Seluruh Sivitas Akademika Universitas Islam Indonesia, yang telah berjasa selama pelaksanaan kuliah sehingga sampai pada tahap ini.
7. Teman-teman almamater yang tidak dapat disebutkan satu-satu, terima kasih atas segala bantuan dan kenangan bersama. Sukses selalu bagi kalian.

Meskipun skripsi ini belum dikatakan sempurna karena terbatasnya pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki Penulis, maka dari itu kritik serta saran yang membangun sangat Penulis tunggu. Akhir kata, Penulis memohon maaf apabila

terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan skripsi ini, dan sangat diharapkan skripsi ini berguna bagi banyak pihak dan dapat dimanfaatkan sesuai peruntukannya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 26 September 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'H' followed by several vertical strokes and a final flourish.

Hilangla Gema Noresti

NIM 19410651

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>CURRICULUM VITAE</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Orisinalitas Penelitian .....	7
F. Kerangka Teori .....	10
G. Definisi Operasional .....	12
H. Metode Penelitian .....	13
I. Kerangka Skripsi .....	17
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN, TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA, PERJANJIAN JUAL BELI E- COMMERCE DAN WANPRESTASI</b> .....	18
A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen .....	18
B. Tinjauan Umum tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha .....	22
C. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Jual Beli <i>E-Commerce</i> .....	26
D. Tinjauan Umum tentang Wanprestasi .....	37
E. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Hukum Jual Beli Online Menurut Hukum Islam .....	43

**BAB III PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN  
JUAL BELI DI APLIKASI SHOPEE**

A. Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli di Aplikasi <i>Shopee</i> .....	45
B. Tanggung jawab Pelaku Usaha terhadap Wanprestasi yang Dilakukan Dalam Perjanjian Jual Beli Produk Skincare di Aplikasi <i>Shopee</i> .....	63
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	85
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	87

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi kiranya telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi perdagangan. Jarak dan batas negara sudah tidak lagi menjadi hambatan yang berarti dengan kemajuan teknologi khususnya internet ini. Selain digunakan sebagai media komunikasi, internet juga dimanfaatkan sebagai lahan berbisnis. Transaksi yang dilakukan melalui internet pada dasarnya sama dengan yang biasanya dilakukan.<sup>3</sup>

Kemajuan internet di era globalisasi ini, setidaknya ada dua hal yang mendorong kemajuan kegiatan perdagangan yaitu meningkatnya permintaan atas produk-produk teknologi itu sendiri serta kemudahan dalam melakukan transaksi perdagangan. Konsumen dan pelaku bisnis dengan adanya internet tidak perlu repot untuk bertemu secara langsung. Mereka dapat melakukan perjanjian ataupun transaksi perdagangan melalui surat elektronik (*e-mail*), website tertentu maupun jasa online lainnya.<sup>4</sup>

Salah satu kegiatan yang paling populer saat ini adalah transaksi melalui *E-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* tidak hanya melibatkan pembelian dan penjualan, tetapi juga proses promosi, pembelian, dan kemudian pemasaran produk. Beberapa contoh *ecommerce* yang saat ini sedang berkembang

---

<sup>3</sup> Imam Sjaputra, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 92.

<sup>4</sup> Agus Raharja, *Cybercrime: Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002), hlm. 1.

pesat di Indonesia diantaranya adalah Bukalapak, Shopee, Lazada, dan lain sebagainya. Perdagangan konvensional, membangun kepercayaan didasarkan pada saling pengertian, yaitu proses mencapai kesepakatan dan mencapai kesepakatan. Sementara itu, kepercayaan dalam transaksi online bersumber dari koordinasi norma, nilai, dan etika.<sup>5</sup>

Kemajuan teknologi dan perkembangan *ecommerce* tidak hanya membawa dampak positif, tetapi juga membawa masalah baru. Pesatnya perkembangan *E-commerce* dapat menyebabkan pelaku usaha cenderung memposisikan konsumen sebagai kelemahan tawar menawar. Begitu pula dengan hak konsumen yang seringkali diabaikan oleh pelaku usaha, terutama di era globalisasi dan pasar bebas saat ini. Banyak produk disediakan untuk konsumen melalui promosi, iklan dan produk yang sudah tersedia di *platform e-commerce*. Ketika konsumen tidak berhati-hati dalam memilih barang yang di butuhkan, konsumen hanya akan menjadi subyek kendali kesewenang-wenangan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Konsumen akan menemui beberapa contoh masalah dalam transaksi *e-commerce*, yaitu konsumen tidak dapat melihat, mengidentifikasi atau menyentuh produk secara langsung.<sup>6</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), menyebutkan salah satu asas kepastian hukum.<sup>7</sup> Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) mengatur mengenai perbuatan melawan

---

<sup>5</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 3

<sup>6</sup> A. Halim Barkahatullah, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2009), hlm. 35.

<sup>7</sup> Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

hukum yakni *pertama*, Setiap perbuatan yang bertentangan dengan hukum atau dengan undang-undang, yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain, mewajibkan orang yang bersalah menggantikan kerugian itu. *Kedua*, Keadaan darurat tidak membenarkan perbuatan melawan hukum. Dalam hal tersebut, kerugian yang timbul dari perbuatan itu tidak wajib diganti. *Ketiga*, Orang yang menderita kerugian yang tidak seharusnya menanggung kerugian tersebut, dapat menuntut ganti rugi kepada orang yang bertanggung jawab atas kerugian tersebut.<sup>8</sup>

Wanprestasi adalah konsep yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) di Indonesia dan merujuk pada situasi di mana salah satu pihak yang terlibat dalam sebuah perjanjian atau kontrak tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang telah disepakati dalam perjanjian tersebut. Pasal 1236 KUHPerdata mengatur tentang wanprestasi. Pasal ini menyatakan bahwa "Barangsiapa melalaikan janji yang tertulis, diwajibkan menunaikan yang tertulis itu." Ini berarti bahwa setiap pihak yang telah menandatangani perjanjian atau kontrak dan tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan isi perjanjian tersebut dianggap melakukan wanprestasi.<sup>9</sup>

Jual beli online terdapat kasus seperti keabsahan transaksi bisnis dari aspek hukum perdata, kasus lain yang muncul misalnya berkenaan dengan jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen, sehingga hukum dibutuhkan jika pelanggaran terjadi.

---

<sup>8</sup> Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

<sup>9</sup> Pasal 1236 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Karena jaminan keamanan transaksi jual beli online sangat dibutuhkan untuk melindungi seluruh konsumen yang terlibat proses jual-beli via *Shopee*.<sup>10</sup>

Konsumen selaku pembeli, ketika mengalami kerugian bisa meminta ganti rugi terhadap pelaku usaha, misal ketika barang yang di pesan tidak yang sesuai dengan perjanjian jual beli serta pelaku usaha bisa dituntut terhadap kecurangan dalam jual beli sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>11</sup>

Selain itu, terdapat kekurangan dari aplikasi *Shopee*, yaitu pada penampilan deskripsi produk sebagian penjual tidak memperhatikan tampilan gambar produk, sehingga tidak enak dilihat dan sulit untuk membaca produk yang diperjualbelikan. Produk palsu dalam praktik jual beli via *Shopee* juga masih banyak ditemukannya yang tidak sesuai dengan deskripsi gambar. Ketika meningkatnya jumlah pesanan produk juga berdampak akan lamanya pengiriman barang ke konsumen walaupun hal itu biasa terjadi pada waktu tertentu, namun banyak yang mengeluhkan barang mereka telat diterima karena proses pengiriman barang cukup lama dari yang dijanjikan.<sup>12</sup>

Melansir akun di intagram @Playitsafebabyreborn, salah satu diduga korban menyebut telah membeli produk dari Wirda Mansur. Produk *skincare* itu telah dipesan sejak Februari lalu, namun hingga sekarang tak kunjung dikirim oleh pihak Wirda

---

<sup>10</sup> Tim BPKN, *Kajian Perlindungan E-Commerce di Indonesia*, dikutip dari [www.bkpn.go.id](http://www.bkpn.go.id), hlm. 2. Diakses tanggal 2 April 2023 pukul 20.00 WIB.

<sup>11</sup> Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Mansur. Diketahui, Wirda Mansur memang memiliki usaha bisnis *skincare*. Pada bulan Februari putri Yusuf Mansur ini membuka event promosi 2.2 di website resminya. Konsumen tersebut telah membayar dan memperlihatkan bukti transaksinya yang dipesan secara pre-order (PO) dari website resminya. Untuk produk serumnya bisa dicek di *@wakeupmakeup.cosmetics*. Disitu konsumen beli dengan sistem preorder 2,5 bulan. Pelanggan tersebut mengaku membeli produk tersebut pada 1 Februari 2022. Namun, barang yang dijanjikan akan dikirim tak kunjung diterimanya. Karena tak kunjung menerima barang, konsumen lantas berusaha menghubungi pihak admin Wirda Mansur. Terlihat dari akun instagram *@Wakeupmakeup.cosmetics* sudah ramai dibanjiri keluhan dari para korban. Mereka menandai akun Wirda Mansur dan menuntut pertanggung jawabannya.<sup>13</sup>

Idealitanya perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli terhadap pelaku usaha yang wanprestasi di aplikasi *shopee* menurut Pasal 4 UUPK menyatakan bahwasanya konsumen mempunyai hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang. Selain itu juga Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Realitanya perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli terhadap pelaku usaha melakukan perbuatan melawan hukum dan wanprestasi, karena tidak sesuai yang diperjanjikan di aplikasi *shopee* dan pelaku usaha masih cenderung mengabaikan kewajibannya dalam

---

<sup>13</sup> <https://sumsel.tribunnews.com/2022/07/04/wirda-mansur-dituduh-lakukan-penipuan-bisnis-skincare-orang-yang-ngaku-korban-beberkan-kronologinya?page=3> Diakses pada tanggal 10 Mei 2023 pukul 12.48 WIB.

memenuhi hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, dan jelas sesuai dengan kondisi barang yang diperjual-belikan. Informasi yang dibuat oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen harus benar-benar sesuai dengan barang yang ditawarkannya agar tidak memunculkan ekspektasi yang berbeda dari pihak konsumen.

Idealitanya tanggung jawab pelaku usaha menurut Pasal 7 butir f menyatakan bahwasanya pelaku usaha berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian ketika barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Pasal 1236 KUHPerdara dan Pasal 1239 KUHPerdara mengatur bahwa pelaku usaha harus melakukan penggantian biaya, kerugian dan bunga. *Refund* atau pengembalian biaya termasuk dalam salah satu jenis ganti kerugian. Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Sesuai dengan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Realitanya, tanggung jawab pelaku usaha terkait dengan pemenuhan hak dan kewajiban pelaku usaha tidak memberikan ganti kerugian atas wanprestasinya pada jual beli produk skincare di aplikasi shopee.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shoppe*?

2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi yang dilakukan dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shopee*?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam rangka penulisan proposal ini adalah:

1. Untuk menganalisa dalam perjanjian jual beli terhadap pelaku usaha yang wanprestasi di aplikasi *shopee*
2. Untuk menganalisa tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi ketika konsumen mengajukan permintaan pengembalian uang terhadap produk skincare di aplikasi *shopee*.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis dalam memecahkan permasalahan terkait dengan perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shopee*.

### E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian

Penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang terdapat persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perbandingan dengan Kajian Sebelumnya.

No	Penulis	Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Khadafi	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	2019	Membahas bagaimana konsep perlindungan konsumen dan <i>e-commerce</i> .	Memiliki fokus kajian terkait potongan harga palsu di aplikasi <i>shopee</i>

		(Studikasu <i>E-commerce</i> melalui sosial Media Instagram .			
2.	Ruth Serenia	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang dirugikan dalam Transaksi Jual Beli pada Situs Belanja Online <i>Shopee</i> .	2019	Mengkaji regulasi Perlindungan Konsumen	Mengkaji Bagaimana perlindungan konsumen terhadap produk dengan label potongan harga palsu di aplikasi <i>shopee</i> dan Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha ketika konsumen mengajukan permintaan pengembalian uang terhadap produk dengan label potongan harga palsu di aplikasi <i>shopee</i> .
3.	Ricardo Farera	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) di Pekanbaru.	2020	Memberikan pandangan terhadap sistem perlindungan konsumen.	Berfokus pada sistem label potongan harga palsu di aplikasi <i>shopee</i>
4.	Lervony Fridela	Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Produk Kosmetik Impor Ilegal yang Diendorse oleh Selebgram di	2019	Mengkaji mengenai Perlindungan Hukum	Berfokus kepada Harga Palsu di Aplikasi Shopee

		Pekanbaru, Riau			
5.	Wiji Kurniawan	Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi dalam Transaksi Jual Beli Secara Online	2019	Mengkaji mengenai Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli secara Online	Berfokus kepada Harga Palsu di Aplikasi Shopee
6.	Rizki Amelia Kadir	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual- Beli Online ditinjau dalam Hukum Islam.	2020	Mengkaji mengenai implementasi perlindungan konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.	Mengkaji tentang bagaimana kedudukan hukum Perlindungan Konsumen harga palsu.
7.	Acep Rohendi	Perlindungan Konsumen dalam Transaksi <i>E- commerce</i> Perspektif Hukum Nasional dan Internasional	2020	Mengkaji mengenai Transaksi <i>E- commerce</i>	Berfokus kepada Perlindungan Konsumen dengan harga palsu.

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang terdapat persamaan perbedaan dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah orisinal.

## F. Kerangka Teori

### 1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut Black's Law Dictionary mendefinisikan perlindungan konsumen *a statute that safeguards consumers in the use goods and services*, yang berarti bahwa sebuah undang-undang yang melindungi konsumen dalam menggunakan barang. Istilah perlindungan konsumen dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Pasal 1 Angka 1 UUPK menyatakan bahwa, "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Adapun menurut Shidarta, memberikan pengertian perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>14</sup>

Pasal 3 UUPK menguraikan mengenai tujuan dari perlindungan hukum terhadap konsumen tersebut, antara lain:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen

---

<sup>14</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm. 10.

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
  - e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
  - f. Meningkatkan kualitas barang yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.
2. Pengertian Pelaku Usaha Menurut Pasal 1 Angka 3 UUPK, “Pelaku usaha 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”.
  3. *E-commerce* merupakan transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan komputer yaitu internet. Internet merupakan *a global network of computer network* atau jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia yang saling berhubungan satu sama lain. Salah satu fungsi internet adalah sebagai infrastruktur utama *ecommerce*.<sup>15</sup> *E-commerce* (perniagaan elektronik) merupakan proses yang memungkinkan teknologi-teknologi berbasis situs internet yang memfasilitasi perniagaan/perdagangan. *Ecommerce* memfasilitasi penggunaan dan implementasi

---

<sup>15</sup> Muhammad, dkk, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, hlm. 118.

proses baru bisnis. Hal ini mencakup pelaksanaan bisnis secara elektronik melintasi spektrum hubungan-hubungan antar perusahaan-perusahaan.<sup>16</sup>

## G. Definisi Operasional

1. Perlindungan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
2. Pengertian konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan baik barang, untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain.<sup>17</sup> Secara harfiah konsumen dapat diartikan sebagai seseorang atau perusahaan yang membeli barang tertentu, dan/atau orang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang.<sup>18</sup> Adapun menurut Pasal 1 Angka 2 UUPK, “konsumen adalah setiap orang pemakai barang yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.
3. *E-commerce* adalah transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan komputer yaitu internet. Internet merupakan a *global network of computer network* atau jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia yang saling berhubungan satu sama lain.

---

<sup>16</sup> Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI MUI, 2004, hlm. 15.

<sup>17</sup> Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, “Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online”, *Jurnal Serambi Hukum*, Volume 11, Nomor 01, 2017, hlm. 2.

<sup>18</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Edisi Revisi, (Jakarta: Diadit Media, 2011), hlm. 21.

4. Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka (3) UUPK 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.

## H. Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode:

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis normatif, yaitu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.<sup>19</sup>

### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian berisi hal-hal yang menjadi kajian dalam rumusuan masalah penelitian.<sup>20</sup> Objek dalam penelitian ini yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1504 sampai dengan Pasal 1512 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli terhadap pelaku usaha yang wanprestasi di aplikasi *shopee*.

### 3. Pendekatan Penelitian

---

1. <sup>19</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hlm.

<sup>20</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana, 2016, hlm 35.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah normatif, yang menyatakan bahwa hukum identik dengan norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga atau pejabat yang berwenang dengan menggunakan pendekatan melalui undang-undang, pendekatan kasus, dan pendekatan analisis.<sup>21</sup>

#### 4. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, metode pendekatan yang digunakan adalah pendekatan undang-undang, pendekatan kasus, dan pendekatan konseptual. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier dan cara pengumpulan bahan yang dilakukan melalui studi kepustakaan yang kemudian dianalisa menggunakan metode deskriptif kualitatif.

a. Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui bahan-bahan hukum berupa primer, sekunder, dan tersier.<sup>22</sup> Bahan hukum primer merupakan kekuatan mengikat secara yuridis, seperti peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan perjanjian. Bahan hukum sekunder merupakan bahan yang tidak mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis, seperti rancangan peraturan perundang-undangan, literatur, dan jurnal. Bahan hukum tersier merupakan pelengkap data primer dan data sekunder, seperti kamus dan ensiklopedi.<sup>23</sup> Berikut rincian daripada bahan-bahan hukum dimaksud.

b. Bahan hukum primer dalam penelitian ini terdiri dari:

---

<sup>21</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 134.

<sup>22</sup> Soerjono Soekamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2010, hlm 12.

<sup>23</sup> Suteki, *Metodologi Penelitian Hukum: Filsafat, Teori, dan Praktik*, Rajagrafindo Persada, Bandung, 2018, hlm. 130.

- 1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
  - 2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Perjanjian Elektronik.
  - 3) Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018 tentang Uang Elektronik
  - 4) Peraturan OJK No. 01/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan
  - 5) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Perjanjian Elektronik.
- c. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini terdiri dari buku, jurnal hukum, tugas akhir, dan data elektronik.
  - d. Bahan hukum tersier sebagai pelengkap dalam penelitian ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia.
  - e. Teknik pengumpulan data sekunder merupakan pengumpulan data yang dilakukan melalui basis studi kepustakaan dan studi dokumen. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilaksanakan berbasis studi kepustakaan.<sup>24</sup>

## 5. Metode Pengumpulan Data Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan cara studi kepustakaan dengan menginventarisir peraturan Perundang-undangan, dokumen-dokumen resmi, hasil penelitian, makalah, dan buku-buku yang berkaitan dengan materi yang menjadi objek penelitian untuk selanjutnya dipelajari dan dikaji sebagai satu kesatuan yang utuh.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> *Gulo, W. Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana. Indonesia, 2014, hlm. 14.

## 6. Metode Pengolahan dan Analisis Data Penelitian

Metode pengolahan data merupakan hasil penelitian disajikan dalam bentuk uraian-uraian yang tersusun secara sistematis, artinya data sekunder yang diperoleh akan dihubungkan satu dengan yang lain disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga secara keseluruhan merupakan satu kesatuan yang utuh sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sedangkan metode analisis data yakni untuk menganalisis data yang diperoleh, akan digunakan metode analisis normatif, merupakan cara menginterpretasikan dan mendiskusikan bahan hasil penelitian berdasarkan pada pengertian hukum, norma hukum, teori-teori hukum serta doktrin yang berkaitan dengan pokok permasalahan. Norma hukum diperlukan sebagai premis mayor, kemudian dikorelasikan dengan fakta-fakta yang relevan (*legal facts*) yang dipakai sebagai premis minor dan melalui proses silogisme akan diperoleh kesimpulan (*conclusion*) terhadap permasalahannya.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Sunarto, *Metode Penelitian Normatif*, Surabaya, Usaha nasional, 2011, hlm. 47.

## I. Kerangka Skripsi

Sistem penulisan memuat suatu kerangka pemikiran dari penelitian yang dituangkan didalam bagian-bagian atau bab-bab yang kemudian disusun secara sistematis. Sistematika penulisan tersebut meliputi sebagai berikut:

BAB I berisi tentang pendahuluan, uraian penelitian terkat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, metodologi penelitian, dan kerangka skripsi.

BAB II membahas mengenai Tinjauan pustaka berisikan tentang uraian penelitian terkait tinjauan umum Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha, *E-commerce*, dan tanggung jawab pelaku usaha.

BAB III membahas mengenai pembahasan untuk menjawab rumusan masalah yang ada terkait Bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shopee* dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi yang dilakukan dalam perjanjian perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shopee*.

BAB IV berisikan tentang keispmpulan hasil penelitian dan saran terkait dengan perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shopee*.

**BAB II**

**TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN, TANGGUNG  
JAWAB PELAKU USAHA, PERJANJIAN JUAL BELI *E-COMMERCE*, DAN  
WANPRESTASI**

**A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Bidang hukum ini masih relatif baru khususnya di Indonesia sedangkan di negara maju, hal ini mulai dibicarakan bersamaan dengan berkembangnya industri dan teknologi.<sup>27</sup>

Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen. Arti perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 1 ayat (1) UUPK yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang hingga ke akibat akibat dari pemakaian barang tersebut.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 12-13.

<sup>28</sup> Pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan konsumen dilakukan ketika dalam suatu transaksi terdapat kesalahan dari pihak penjual yang merugikan konsumen. Perlindungan ini diatur dalam UUPK yang melindungi konsumen dari praktik-praktik yang melanggar hukum yang dilakukan oleh penjual.

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UUPK. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Menurut Happy Sutanto, “kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui Undang-Undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.”<sup>29</sup>

Esensi dari diundangkannya UUPK ini adalah untuk mengatur perilaku pelaku usaha dengan tujuan agar konsumen dapat terlindung secara hukum. Hal ini berarti bahwa upaya untuk melindungi kepentingan konsumen yang dilakukan melalui perangkat hukum diharapkan mampu menciptakan norma hukum perlindungan konsumen. Pada sisi lain diharapkan dapat mengembangkan sikap usaha yang bertanggungjawab, serta meningkatkan harkat dan martabat konsumen. Berdasarkan

---

<sup>29</sup> Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta:Visimedia, 2008), hlm. 4.

uraian di atas, pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UUPK. Undang-Undang No 8 tahun 1999 dalam upaya memberikan perlindungan kepada konsumen menetapkan enam pokok materi yang menjadi muatan UU yaitu mengenai larangan-larangan, tanggungjawab produsen, tanggung gugat produk, perjanjian atau klausula baku, penyelesaian sengketa dan tentang ketentuan pidana.<sup>30</sup>

Berdasarkan UUPK Pasal 2 menyebutkan bahwa asas-asas perlindungan konsumen adalah berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan.<sup>31</sup>

1. Azas manfaat adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Azas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Azas keseimbangan dimaksudkan untuk memberi keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual

---

<sup>30</sup> Nurmandjito, *Kesiapan Perangkat Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000, hlm. 31.

<sup>31</sup> Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

4. Azas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Azas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adapun tujuan perlindungan dari perlindungan konsumen terdapat dalam UUPK Pasal 3 yaitu:<sup>32</sup>

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
5. Meningkatkan kualitas barang yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan keselamatan konsumen.

---

<sup>32</sup> Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## B. Tinjauan Umum tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 3 menyebutkan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang-perorang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Dalam penjelasannya menyatakan bahwa pelaku usaha yang termaksud dalam pengertian ini adalah perusahaan, koperasi, BUMN, korporasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain.<sup>33</sup>

Defenisi pelaku usaha yang dimaksudkan dalam UUPK Pasal 1 angka 3 sama dengan cakupan yang diklaim oleh negara-negara eropa khususnya belanda, karena pelaku usaha dapat berupa badan hukum atau orang perorang. Dalam Pasal 3 *Directive Product Liability Directive* (selanjutnya disebut *Directive*) sebagai pedoman bagi negara Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) mendefenisikan pelaku usaha/produsen adalah:<sup>34</sup>

1. Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nam, merek atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, mejadikan dirinya sebagai produsen.

---

<sup>33</sup> Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>34</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yudo, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2015, hlm. 9.

2. Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk leasing, atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha perdagangannya dalam masyarakat Eropa, akan dipandang dalam arti produsen dalam arti *directive* ini, dan akan bertanggung gugat sebagai produsen.
3. Ketika suatu produsen tidak dikenal identitasnya, maka setiap *leveransir/supplier* akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderita kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya. Hal yang sama akan berlaku dalam kasus barang/produk yang diimpor, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importir sebagaimana dimaksud dalam ayat 2, sekalipun nama produsen dicantumkan.

Pasal 6 UUPK menyebutkan 6 (enam) hak pelaku usaha di antaranya.<sup>35</sup>

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang yang diperdagangkan
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beretikad tidak baik
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik ketika terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang yang diperdagangkan

---

<sup>35</sup> Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

5. Hak-hak yang diatur oleh ketentuan perundang-undangan lainnya.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang yang sama. Menyangkut hak yang terdapat pada huruf b, c, dan d, sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan aparat pemerintah dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/dan pengadilan dalam tugasnya elakuan penyelesaian sengketa.<sup>36</sup>

Perbedaan konsumen dan pelaku usaha yakni *pertama*, konsumen adalah setiap orang pemakai barang yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. *Kedua*, pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>37</sup>

Kewajiban adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh mereka yang mengembannya, dalam hal ini Kewajiban Pelaku Usaha beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perikatan. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 1338 ayat 3 BW. Untuk itu, dalam menjamin terciptanya upaya perlindungan konsumen yang efektif maka, Undang-undang Perlindungan Konsumen secara ekplisit menentukan dalam Bab III Pasal 7

---

<sup>36</sup> Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan konsumen.

<sup>37</sup> pasal 1 angka (3) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

terkait kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha. Ada enam kewajiban pelaku usaha disebutkan dalam UUPK Pasal 7 di antaranya:<sup>38</sup>

1. Beretikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
4. Menjamin mutu barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian ketika barang yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen bab VI mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen ketika konsumen mengalami kerugian akibat pelaku usaha. Adapun tanggung jawab pelaku usaha yang dalam UUPK yang pada intinya:<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>39</sup> Pasal 19-28 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1. Tanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan (Pasal 19 Ayat (1))
2. Tanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan iklan tersebut Pasal 20
3. Tanggung jawab sebagai pembuat barang (importir) yang diimpor ketika importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan luar negeri Pasal 29 ayat (1) dan (2),
4. Pelaku usaha 1 yang menjual produk kepada pelaku usaha 2, berkewajiban memenuhi ganti rugi konsumen ketika produk yang diperoleh dari pelaku usaha 2 (tidak merubahan produk) merugikan konsumen (Pasal 24)
5. Pelaku usaha berkewajiban menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual ketika pemanfaatan barang lebih dari 1 tahun (Pasal 25).

### **C. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Jual Beli *E-Commerce* di Aplikasi *Shopee***

*E-commerce* adalah suatu proses penjualan dan pembelian produk yang dilakukan secara elektronik yaitu melalui jaringan komputer atau internet. Arti lain dari *E-commerce* yaitu penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah dan mendefinisikan kembali hubungan yang baru antara penjual dan pembeli.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Sora, *Pengertian E-Commerce secara Umum dan manfaatnya*, [www.pengertianku.net](http://www.pengertianku.net) diakses terakhir pada 1 Juni 2023.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan disebutkan dalam Pasal 1 bahwa Perdagangan melalui Sistem Elektronik (*e-Commerce*) adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.<sup>41</sup>

Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dijelaskan, bahwa Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Pada transaksi *e-Commerce*, para pihak terkait didalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 Undang-Undang ITE disebut sebagai kontrak. Berdasarkan uraian diatas maka *E-commerce* merupakan suatu perbuatan hukum berupa kegiatan jual beli yang dilakukan oleh subyek hukum dengan menggunakan perangkat elektronik.<sup>42</sup>

Banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet, misalnya semakin banyak kegiatan jual beli sistem *on-line (e-Commerce)* sebagai media transaksi. Pada dasarnya jual beli online (*e-Commerce*) merupakan suatu kontrak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet sebagai proses dilakukannya transaksi hingga pengiriman barang. Semua kontrak yang terjadi baik secara manual maupun melalui media internet yang biasa

---

<sup>41</sup> Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

<sup>42</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Jakarta, Citra Aditya Bakti, 2001, hlm.

disebut dengan transaksi *e-commerce* harus memenuhi syarat dan ketentuan yang tertuang dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang diakui sebagai perjanjian mengikat bagi para pihak yang membuat suatu perjanjian atau perikatan.<sup>43</sup>

Banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet, misalnya semakin banyak kegiatan jual beli sistem *on-line (e-commerce)* sebagai media transaksi. Pada dasarnya jual beli online (*e-commerce*) merupakan suatu kontrak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet sebagai proses dilakukannya transaksi hingga pengiriman barang. Semua kontrak yang terjadi baik secara manual maupun melalui media internet yang biasa disebut dengan transaksi *e-commerce* harus memenuhi syarat dan ketentuan yang tertuang dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang diakui sebagai perjanjian mengikat bagi para pihak yang membuat suatu perjanjian atau perikatan.<sup>44</sup> Industri *e-commerce* saat ini semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Ini merupakan cara berbelanja di era modern yang memungkinkan siapa saja membeli berbagai jenis produk secara online. Hal ini tentu menjadi sebuah peluang potensial bagi pengusaha untuk semakin mengembangkan bisnisnya. Alasan menggunakan *E-commerce* antara lain:

1. potensi pertumbuhan bisnis di masa mendatang
2. membuka usaha dengan modal minim
3. promosi mudah
4. menjangkau konsumen tanpa batas

---

<sup>43</sup> Ryeke Ustadiyanto, *Framework e-Commerce*, Yogyakarta, Andi Offcet, 2001, hlm. 11.

<sup>44</sup> Ryeke Ustadiyanto, *Framework e-commerce*, Yogyakarta, Andi Offcet, 2001, hlm. 11.

5. menghasilkan pendapatan tinggi kapanpun dan dimanapun.

Kelebihan *E-commerce* antara lain:<sup>45</sup>

1. Aliran pendapatan (*Revenue Stream*) baru yang mungkin jauh lebih menjanjikan.
2. Mampu meningkatkan market exposure
3. Mampu mengurangi biaya operasional (*operating cost*)
4. Dapat memperluas jangkauan (*global reach*)
5. Mampu meningkatkan kesetiaan pelanggan
6. Mampu meningkatkan supplier management
7. Dapat mempersingkat waktu produksi.
8. Meningkatkan value chain (mata rantai pendapatan)

Kekurangan *E-commerce* antara lain:

1. Akan kehilangan dari segi finansial secara langsung karena adanya kecurangan.  
Seorang penipu mentransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau dia telah mengganti semua data finansial yang ada.
2. Adanya pencurian informasi yang sangat rahasia dan berharga. Gangguan yang muncul bisa membongkar semua informasi rahasia itu pada pihak yang tidak berhak dan mengakibatkan kerugian besar bagi korban
3. Kehilangan kesempatan bisnis atau kerugian pelanggan karena gangguan pelayanan. Seperti kesalahan yang bersifat non-teknis (aliran listrik tiba tiba padam)

---

<sup>45</sup> Barkatullah, Abdul Halim, *Bisnis E-Commerce*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2016, hlm. 17.1

4. Adanya pengaksesan ke sumber pihak yang tidak berhak. Seperti seorang hacker yang membobol sistem perbankan. Kemudian memindahkan sejumlah rekening milik orang lain ke rekeningnya sendiri
5. Dapat kehilangan sebuah kepercayaan dari para konsumen. Karena faktor-faktor seperti adanya usaha sengaja yang dilakukan pihak luar yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut. Terjadinya kerugian yang tidak terduga-duga, karena adanya gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, kesalahan dari faktor manusia ataupun kesalahan dari sistem elektronik.

Sebagai sebuah media sosial yang digunakan banyak khayalak ramai, tentunya Shopee memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Berikut kelebihan dan kekurangan *Shopee*. Kelebihan *shopee* yakni:<sup>46</sup>

1. Banyaknya kategori yang disediakan
2. Respon website yang cepat
3. Tampilannya simpel dan menarik
4. Tersedia penjelasan spesifik barang
5. Adanya pengiriman gratis tanpa ongkos kirim
6. Adanya pilihan gratis ongkir

Kelemahan *shopee* antara lain:

1. Ongkos kirim rusak di tanggung pembeli
2. Untuk promo ongkos kirim gratis syarat yang harus dipenuhi terkesan sulit dan merepotkan

---

<sup>46</sup> <https://www.pinhome.id/blog/17-kelebihan-dan-kekurangan-shopee-dari-pengalaman-pribadi/>, diakses terakhir tanggal 1 Juni 2023 pukul 16.00 WIB.

3. Terkadang situs sulit di akses atau bahkan lambat pada jam-jam tertentu
4. Tidak adanya layanan belanja dengan cicilan (pembeli harus membayar barang secara cash)
5. Terkadang jika membeli dua barang di toko yang sama ada salah satu barang yang tidak sampai pada pelanggan.<sup>47</sup>

Alasan memakai *shopee* antara lain:<sup>48</sup>

1. Menggunakan *shopee* untuk belanja online gratis ongkir
2. Menggunakan aplikasi *shopee* untuk hiburan
3. Bisa belanja cicilan di aplikasi *shopee*
4. Menemukan harga termurah di aplikasi *shopee*
5. Bisa berjualan di *shopee*

Istilah perjanjian berbeda dengan pengertian “perikatan” ataupun “kontrak”. Perikatan atau kontrak merupakan istilah yang digunakan untuk hubungan hukum antara pihak, sedangkan perjanjian adalah istilah untuk peristiwa hukum yang melahirkan kontrak tersebut. Pasal 1313 KUH Perdata tidak memberikan perumusan yang tepat tentang pengertian perjanjian. Berdasarkan KUHPerdata buku III tentang perikatan, dikatakan bahwa sumber perikatan adalah undang-undang, perjanjian, dan kebiasaan-kebiasaan yang berkembang. Istilah perikatan digunakan “*verbinten*” sebagai istilah yang lazim digunakan oleh para sarjana, sedangkan

---

<sup>47</sup> <http://www.pinhome.id> “*kelebihan dan kekurangan Shopee*”, diakses pada 5 Juni 2023 pukul 13.00 WIB.

<sup>48</sup> <https://riniisparwati.com/alasan-menggunakan-shopee/>, diakses pada 5 Juni 2023 pukul 14.00 WIB.

“*overeenkomsten*” disebutkan perjanjian atau persetujuan untuk memberikan pembedaan pengertian antara perjanjian dan perikatan.<sup>49</sup>

Subekti memberikan pengertian tentang perikatan yaitu “perikatan adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak lain, dan pihak lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu.”<sup>50</sup>

Dari pengertian perjanjian dan perikatan dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian merupakan peristiwa hukum sedangkan perikatan merupakan suatu hubungan hukum. Atau dapat dikatakan bahwa perjanjian merupakan hasil dari lahirnya suatu perikatan. Hal ini dikarenakan perjanjian berisi ketentuan-ketentuan yang menimbulkan hak dan kewajiban diantara para pihak.

Perjanjian yang sah harus memenuhi aspek persyaratan yang terdapat dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu:<sup>51</sup>

1. Sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya Kesepakatan adalah inti dari suatu perjanjian, yang diperlukan untuk melahirkan suatu perjanjian yang dianggap telah sah, dan pernyataan itu disepakati oleh pihak yang lain. Kata sepakat dalam suatu perjanjian merupakan suatu keadaan yang menunjukkan kehendak kedua belah pihak tanpa adanya suatu kekeliruan, paksaan dan penipuan. Menurut Pasal 1321 KUH Perdata tidak ada kesepakatan yang sah karena kekhilafan atau adanya paksaan atau penipuan. Jual beli dianggap sudah

---

<sup>49</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 1999, hlm. 78.

<sup>50</sup> R. Subekti, *Hukum perjanjian*, Jakarta, PT Intermessa, 1996, hlm. 13.

<sup>51</sup> Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

terjadi antara kedua belah pihak setelah adanya kesepakatan mengenai harga dan barang sekalipun barang tersebut belum diserahkan atau belum terjadi pembayaran sesuai harga yang telah disepakati. Transaksi online (*e-Commerce*), tidak ada proses tawar menawar seperti perjanjian jual beli yang terjadi secara langsung. Transaksi barang dan harga yang ditawarkan telah ditetapkan oleh si penjual, jika pembeli tidak sepakat akan harga dan barang tersebut pembeli dapat membatalkan niat untuk melakukan transaksi dan dapat memilih toko yang lain. Kesepakatan dalam transaksi *E-commerce* dicapai saat pembeli menyepakati barang dan harga yang ditawarkan oleh penjual. Cakap untuk membuat suatu perikatan.

2. Cakap untuk membuat suatu perikatan pada dasarnya semua orang adalah cakap untuk membuat suatu perikatan, kecuali jika ia oleh undang-undang dinyatakan tidak cakap. Pasal 1321 KUH Perdata disebutkan bahwa “setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap”. Menurut ketentuan Pasal 1330 KUH Perdata bahwa mereka yang dinyatakan tidak cakap hukum adalah orang-orang yang belum dewasa yaitu belum genap berusia 21 tahun atau mereka yang belum berusia 21 tahun tetapi mereka telah menikah, dan orang-orang yang berada di bawah pengampuan.
3. Suatu hal tertentu yaitu dengan hal tertentu dalam suatu perjanjian yaitu barang yang menjadi objek dari suatu perjanjian. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian harus ditentukan jenis dan banyaknya dan undang-undang tidak mengharuskan barang tersebut sudah berada di tangan pembeli atau belum saat

dilakukannya sebuah perjanjian. Transaksi *online (e-Commerce)* ada barang yang tidak boleh diperjualbelikan seperti memperjualbelikan hewan, jual beli tanah karena mensyaratkan harus dituangkan dalam akte yang dibuat dihadapan notaris. Suatu sebab yang halal suatu sebab yang halal merupakan syarat terakhir dari sahnya perjanjian. Menurut Pasal 1335 dikatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab atau yang dibuat karena hal yang palsu atau terlarang tidak memiliki kekuatan hukum. Menurut Pasal 1337 KUH Perdata, pengertian sebab yang halal adalah tidak bertentangan dengan undang-undang, sesuai dengan kesusilaan, dan sesuai dengan ketertiban umum. Syarat adanya kata sepakat dan cakap hukum merupakan syarat subjektif adanya suatu perjanjian, dimana syarat tersebut mengikat pada diri para pihak yang membuat perjanjian. Ketika syarat tersebut tidak terpenuhi, maka isi perjanjian yang telah dibuat dapat dibatalkan oleh salah satu maupun kedua belah pihak. Sedangkan syarat adanya objek perjanjian dan suatu sebab yang halal merupakan syarat objektif, yaitu menyangkut pada benda yang diperjanjikan. Ketika syarat tersebut tidak terpenuhi maka isi perjanjian yang telah dibuat adalah batal demi hukum.

Jika diamati dan diperhatikan, suatu perjanjian memiliki unsur-unsur yang dapat dikelompokkan dalam beberapa kelompok yaitu:<sup>52</sup>

1. Unsur *Essentialia* adalah perjanjian yang harus ada di dalam suatu perjanjian, dimana tanpa adanya unsur tersebut perjanjian tidak mungkin ada. Seperti sebab yang halal, merupakan penting untuk adanya perjanjian. Sebagaimana

---

<sup>52</sup> J. Satrio, *Op.cit*, hlm. 57.

dalam perjanjian jual beli harga dan barang yang disepakati kedua belah pihak harus ada

2. Unsur *Naturalia* adalah unsur perjanjian yang oleh undang-undang diatur tetapi oleh para pihak dapat disingkirkan atau diganti. Di sini unsur tersebut oleh undang-undang diatur dengan hukum yang bersifat mengatur atau menambah. Contohnya, kewajiban penjual untuk menanggung biaya penyerahan (Pasal 1491) dan untuk menjamin/*vrijwaren* (Pasal 1491) dapat disimpangi atas kesepakatan kedua belah pihak.
3. Unsur *Accidentalia* adalah unsur perjanjian yang ditambahkan oleh para pihak. Undang-undang sendiri tidak mengatur hal tersebut. Misalnya, dalam perjanjian jual beli benda-benda tertentu sebagai pelengkap dapat dikecualikan.

Sehubungan dengan kesepakatan para pihak, dalam perjanjian jual beli secara online (*e-Commerce*) sering digunakan istilah yang disebut juga perjanjian standart yang disebut juga perjanjian baku. Perjanjian yang dilakukan tanpa melalui proses negosiasi yang seimbang diantara para pihak disebut perjanjian baku atau perjanjian standart. Sedangkan menurut KUHPerdara yang mengatur umum terkait prinsip jual beli, berdasarkan Pasal 1474 KUHPerdara, pada intinya kewajiban penjual menurut Pasal tersebut terdiri dari dua:<sup>53</sup>

1. Kewajiban penjual untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli,
2. Kewajiban penjual untuk menanggung atau menjamin (*vrijwaring*) atas barang yang dijual

---

<sup>53</sup> Pasal 1474 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kemudian dalam Pasal 1491 KUHPPerdata menyebutkan bahwa Penanggungan yang menjadi kewajiban penjual terhadap pembeli adalah untuk menjamin dua hal, yaitu: pertama penguasaan barang yang dijual itu secara aman dan tentram; kedua, tidak adanya cacat yang tersembunyi pada barang tersebut, atau yang sedemikian rupa sehingga menimbulkan alasan untuk pembatalan pembelian yang dikarenakan penjual tidak memenuhi prestasi yang telah di perjanjikan sebelumnya dalam pelaksanaan jual beli melalui perantara.

Pertumbuhan belanja online juga telah mempengaruhi struktur industri. *E-commerce* telah merevolusi cara bertransaksi berbagai bisnis, seperti toko buku dan agen perjalanan. Umumnya, perusahaan besar dapat menggunakan skala ekonomi dan menawarkan harga yang lebih rendah. Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam *e-Commerce*, baik itu pembeli ataupun penjual mengandalkan teknologi berbasis internet untuk melaksanakan transaksi mereka. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk memungkinkan transaksi kapan saja dan di mana saja.

Bentuk-bentuk Interaksi di Dunia Bisnis yakni:<sup>54</sup>

1. B2B (*Business to Business*) Transaksi bisnis antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Dapat berupa kesepakatan spesifik yang mendukung kelancaran bisnis.
2. B2C (*Business to Consumer*) Aktivitas yang dilakukan produsen kepada konsumen secara langsung.

---

<sup>54</sup> Mahir Pradana, *Jurnal Klasifikasi Bisnis e-Commerce di Indonesia*, 2015, hlm. 169-170.

3. C2C (*Consumer to Consumer*) Aktivitas bisnis (penjualan) yang dilakukan oleh individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya.
4. C2B (*Consumer to Business*) C2B merupakan model bisnis di mana konsumen (individu) menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis.
5. B2G (*Business to Government*) Merupakan turunan dari B2B, perbedaannya proses ini terjadi antara pelaku bisnis dan instansi pemerintah 6 G 2 C (*Government to Consumer*) Merupakan hubungan atau interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Konsumen, dalam hal ini masyarakat, dapat dengan mudah menjangkau pemerintah sehingga memperoleh kemudahan dalam pelayanan sehari-hari.

#### **D. Tinjauan Umum tentang Wanprestasi**

Wanprestasi berasal dari bahasa Belanda “*wanprestastie*”, yang artinya tidak dipenuhinya prestasi atau kewajiban yang telah ditetapkan terhadap pihak-pihak tertentu di dalam suatu perikatan, baik perikatan yang dilahirkan dari suatu perjanjian ataupun perikatan yang timbul karena undang-undang. Menurut Kamus Hukum, wanprestasi berarti kelalaian, kealpaan, cidera janji, tidak menepati kewajibannya dalam perjanjian.<sup>55</sup>

Pengertian yang umum mengenai wanprestasi adalah pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya.

---

<sup>55</sup> Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Cetakan Kedua, Alumni, Bandung, 1986, hlm. 60.

Wanprestasi adalah pelaksanaan perjanjian yang tidak tepat waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya atau tidak dilaksanakan sama sekali.<sup>56</sup>

Adapun yang dimaksud wanprestasi adalah suatu keadaan yang dikarenakan kelalaian atau kesalahannya, debitor tidak dapat memenuhi prestasi seperti yang telah ditentukan dalam perjanjian dan bukan dalam keadaan memaksa adapun yang menyatakan bahwa wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditor dengan debitor.<sup>57</sup> Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji dapat terjadi baik karena disengaja maupun tidak disengaja.<sup>58</sup>

Wanprestasi (atau ingkar janji) adalah berhubungan erat dengan adanya perkaitan atau perjanjian antara pihak. Baik perikatan itu di dasarkan perjanjian sesuai Pasal 1338 KUHPerduta sampai dengan Pasal 1431 KUHPerduta maupun perjanjian yang bersumber pada undang-undang seperti diatur dalam Pasal 1352 KUHPerduta sampai dengan Pasal 1380 KUHPerduta.<sup>59</sup>

Wanprestasi mempunyai hubungan yang sangat erat dengan somasi. Somasi sendiri merupakan terjemahan dari *ingerbrekestelling*. Somasi diatur dalam Pasal 1238 KUHPerduta dan Pasal 1243 KUHPerduta. Pada umumnya mulai terjadinya wanprestasi yaitu suatu wanprestasi baru terjadi jika debitor dinyatakan telah lalai untuk memenuhi prestasinya, atau dengan kata lain, wanprestasi ada kalau debitor tidak dapat membuktikan bahwa ia telah melakukan wanprestasi itu di luar

---

<sup>56</sup> *Ibid.* hlm 63.

<sup>57</sup> Salim H.S., *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 180.

<sup>58</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta, Rajawali Pers, 2007, hlm. 74.

<sup>59</sup> R. Subekti, *op.cit*, hlm. 59.

kesalahannya atau karena keadaan memaksa. Namun dalam pelaksanaan pemenuhan prestasi tidak ditentukan tenggang waktunya, maka seorang kreditor dipandang perlu untuk memperingatkan atau menegur debitor agar ia memenuhi kewajibannya. Teguran ini disebut dengan somasi. Seorang debitor baru dikatakan wanprestasi namun ia telah diberikan somasi oleh kreditor atau Juru Sita. Somasi itu minimal telah dilakukan sebanyak tiga kali oleh kreditor atau Juru sita. Jika somasi itu tidak diindahkannya, maka kreditor berhak membawa persoalan itu ke pengadilan. Dan pengadilanlah yang akan memutuskan, apakah debitor wanprestasi atau tidak.<sup>60</sup>

Namun memperingatkan debitor agar memenuhi prestasinya, maka debitor perlu diberikan peringatan tertulis yang isinya menyatakan debitor wajib memenuhi prestasi dalam waktu yang ditentukan, jika dalam waktu itu debitor tidak memenuhinya, maka debitor dinyatakan wanprestasi. Peringatan tertulis dapat dilakukan secara resmi dilakukan melalui Pengadilan Negeri yang berwenang dengan perantaraan Jurusita menyampaikan surat peringatan tersebut kepada debitor disertai berita acara penyampaian. Serta dapat juga secara tidak resmi misalnya melalui surat tercatat, telegram atau disampaikan sendiri oleh kreditor kepada debitor dengan tanda terima.<sup>61</sup>

Bentuk-bentuk wanprestasi menurut Subekti adalah sebagai berikut:<sup>62</sup>

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukan

---

<sup>60</sup> Salim H.S, *op.cit*, hlm. 98.

<sup>61</sup> *Ibid*, hlm. 99.

<sup>62</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, Intermasa, 2005, hlm. 7.

Misalnya, A dan B sepakat melakukan jual beli sepeda. A sudah menyerahkan sejumlah uang untuk pembayaran sepeda, tapi B tidak juga menyerahkan sepeda miliknya kepada A. Sebab sepeda tersebut sudah dijualnya ke orang lain. Dalam hal ini B telah wanprestasi karena dia tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukan yaitu menyerahkan sepedanya kepada A sebagaimana yang sudah disepakati/diperjanjikan.

2. Melakukan apa yang diperjanjikan tapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan

Misalnya, A dan B sepakat melakukan jual beli kursi. A memesan/membeli kursi berwarna biru dari B. tapi yang dikirim atau yang diserahkan B bukan kursi warna biru tapi warna hitam. Dalam hal ini B sudah wanprestasi karena melakukan yang diperjanjikan tapi tidak sebagaimana mestinya.

3. Melakukan apa yang sudah diperjanjikan tapi terlambat

Misalnya A membeli sepeda dari B, dan B berjanji akan menyerahkan sepeda yang dibeli A tersebut pada tanggal 1 May 2010 tapi faktanya B malah menyerahkan sepeda tersebut kepada A tanggal 10 May 2010 yang artinya sudah telat 9 hari dari yang diperjanjikan. Dalam hal ini B sudah wanprestasi yaitu melakukan apa yang sudah diperjanjikan tapi terlambat.

4. Melakukan sesuatu yang oleh perjanjian tidak boleh dilakukan

Misalnya A menyewakan rumahnya kepada B, di dalam perjanjian sewa disepakati bahwa B dilarang menyewakan lagi rumah A tersebut ke orang lain. faktanya B menyewakan rumah A yang ia sewa itu ke pihak

ketiga/orang lain. Dalam hal ini B sudah wanprestasi karena melakukan sesuatu yang oleh perjanjian tidak boleh dilakukan.

Masing-masing pihak yang merasa dirugikan akibat wanprestasi yang dilakukan pihak lain berhak menggugat ke Pengadilan untuk menuntut ganti rugi, berupa penggantian biaya, kerugian dan bunga jika ada. Dasar hukumnya Pasal 1243 dan Pasal 1244 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata sebagai berikut:

Pasal 1243 menyatakan bahwa penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitor, walaupun telah dinyatakan Ialai, tetap Ialai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan.”

Pasal 1244 menyatakan bahwa debitor harus dihukum untuk mengganti biaya, kerugian dan bunga. bila ia tak dapat membuktikan bahwa tidak dilaksanakannya perikatan itu atau tidak tepatnya waktu dalam melaksanakan perikatan itu disebabkan oleh sesuatu hal yang tak terduga, yang tak dapat dipertanggungkan kepadanya. walaupun tidak ada itikad buruk kepadanya.

Tanggung jawab pelaku usaha atas perbuatan wanprestasi yakni:

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum atas perbuatan wanprestasi, yang merupakan pelanggaran terhadap kewajiban kontraktual yang telah disepakati dalam sebuah perjanjian atau kontrak. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak memenuhi kewajiban-kewajiban yang telah disepakati dalam kontrak.

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi dapat mencakup berbagai aspek, termasuk:<sup>63</sup>

1. Kewajiban untuk Memenuhi Kontrak: Pelaku usaha yang melakukan wanprestasi memiliki kewajiban utama untuk memenuhi kewajiban-kewajiban yang telah dijanjikan dalam kontrak. Ini berarti mereka harus melakukan atau memenuhi apa yang telah dijanjikan dalam kontrak tersebut.
2. Ganti Rugi: Pihak yang menderita kerugian akibat wanprestasi berhak untuk menuntut ganti rugi. Ganti rugi ini dapat mencakup kerugian langsung, kerugian tidak langsung, dan kerugian konsekuensial yang timbul akibat pelanggaran kontrak.
3. Putusan Hukum: Pihak yang dirugikan oleh wanprestasi dapat mengajukan tuntutan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar kontrak. Pengadilan dapat mengeluarkan putusan yang mengharuskan pelaku usaha untuk memenuhi kewajiban kontraktual atau membayar ganti rugi kepada pihak yang dirugikan.
4. Pembatalan Kontrak: Dalam beberapa kasus, wanprestasi yang serius dapat mengakibatkan pembatalan kontrak oleh pihak yang dirugikan. Ini berarti kontrak dianggap tidak sah dan pihak-pihak yang terlibat dibebaskan dari kewajiban-kewajiban kontraktual mereka.

---

<sup>63</sup> Gunawan Widjaja dan Achmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010, hlm. 19.

5. Tindakan Hukum Lainnya: Di beberapa yurisdiksi, selain ganti rugi, pihak yang dirugikan juga dapat mengajukan tuntutan hukum lainnya, seperti tuntutan hukum pidana atau tuntutan untuk menghentikan tindakan yang melanggar kontrak.

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi akan tergantung pada hukum kontrak yang berlaku di negara atau yurisdiksi tertentu, serta pada ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam kontrak itu sendiri. Oleh karena itu, penting untuk selalu menjalankan kontrak dengan itikad baik dan segera mengatasi masalah jika terjadi perbedaan pendapat atau ketidakmampuan untuk memenuhi kewajiban kontraktual.

#### **E. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Hukum Jual Beli Online menurut Hukum Islam**

Bentuk Perlindungan Hukum jual beli online menurut Hukum Islam adalah berupa Larangan dalam Al-Quran dan Hadist tentang jual beli yang mengandung Unsur MAGHRIB (Maisir, Gharar, Haram dan Riba). Konsumen mendapat ketidakjelasan dari pihak Shopee jika melakukan komplain. Mulai dari proses yang lama hingga proses komplain tidak diperhatikan. Menurut analisa peneliti bahwa ketidakjelasan komplain dalam melakukan transaksi di aplikasi *Shopee* juga mengandung unsur *Gharar*.

Pada sebuah hadis yang diriwayatkan dari Abu Hurairah, yang berbunyi: ◌

الْغَرَرُ بَيْعٌ وَعَنْ الْحَصَاةِ بَيْعٌ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

Artinya: “Dari Abu Hurairah ra, ia berkata, “Rasulullah melarang jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli gharar (yang belum jelas harga, barang, waktu dan tempatnya)”. Berdasarkan hadis diatas dapat dipahami bahwa jual beli yang mengandung unsur *Gharar* (tidak jelas) itu sangat dilarang oleh Rasulullah. Karena jual beli seperti ini merugikan salah satu pihak, baik dari segi penjual ataupun pembeli. Jual beli *gharar* ini tidak sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam dan asas-asas hukum Islam. Oleh sebab itu pula pada jual beli online dilarang adanya unsur-unsur *Gharar* untuk melindungi hak-hak para pihak yang terkait jual beli.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Nurmaryithah Ziauddin, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli Online*, *Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah*, vol 2, No 1, 2017, hlm. 83.

**BAB III**

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL  
BELI PRODUK SKINCARE DI APILIKASI *SHOPPE***

**A. Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Produk Skincare Di Apilikasi *Shopee***

Penggunaan dalam teknologi informasi tidak hanya mengubah sifat dari layanan yang disediakan tetapi juga mengubah proses penyediaan jasa. Seiring berjalannya waktu, di era globalisasi perkembangan teknologi mengambil peranan yang sangat penting karena mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Perkembangan teknologi membuat internet terus berkembang dan tersebar ke segenap elemen lapisan masyarakat. Salah satu kegunaan media internet dalam aplikasi bisnis yaitu *electronic commerce (e-commerce)* atau sering juga disebut perdagangan elektronik. *E-commerce* mengacu pada penggunaan internet dan internet untuk membeli, menjual, mengangkut, atau memperdagangkan data, barang, atau layanan.<sup>65</sup>

Transaksi *E-commerce* meliputi banyak hal, maka untuk membedakannya perlu dibagi dalam jenis-jenis *e-commerce*. Jenis-jenis transaksi dari suatu kegiatan *E-commerce* adalah sebagai berikut:<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Laurent, Felicia, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan e-commerce melalui Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, Agora, 2016, hlm. 9.

<sup>66</sup> Munir Fuady, *Op.cit*, hlm. 408.

1. *Business to Business (B2B)* Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.
2. *Business to Consumer (B2C)* Transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.
3. *Consumer to Consumer (C2C)* Transaksi jual beli yang terjadi antarindividu dengan individu yang akan saling menjual barang.
4. *Consumer to Business (C2B)* Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.
5. *Non-Business Electronic Commerce*
6. *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce*

Hukum perlindungan merupakan cabang hukum yang baru, namun bercorak universal. Sebagaian perangkatnya diwarnai hukum asing. Perkembangan hukum konsumen di dunia bermula dari adanya gerakan perlindungan konsumen (*consumers movement*) di Amerika Serikat. Pada tahun 1898 di Amerika dibentuk Liga Konsumen Nasional (*the national*

*consumer's league*) dan kemudia pada 1914 dibentuk komisi yang bergerak dibidang konsumen yaitu *Federal Trade Commission*.<sup>67</sup>

Indonesia perlindungan terhadap hak-hak konsumen baru mulai terdengar pada tahun 1970-an yang ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen (YLKI) bulan mei 1973. Setelah itu, suara-suara untuk memberdayakan konsumen semakin gencar, baik mulai ceramah-ceramah, seminar-seminar, tulisan dimedia massa dan kemudia puncaknya pada tahun 1998 lahirlah undang-undang tentang perlindungan konsumen.<sup>68</sup>

Presiden John F. Kenedy mengemukakan ada empat hak konsumen yang harus dilindungi yaitu:<sup>69</sup>

1. Hak memperoleh kemanan, (*the right of safety*) Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barnag yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan keamanan konsumen sangat penting.
2. Hak Memilih (*the right to choose*) Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak prerogratif konsumen apakah ia akan kembali membeli atau tidak membeli suatu barang. Oleh karena itu tanpa, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan

---

<sup>67</sup> Gunawan dan Ahmad Yani. 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, hlm. 12-13.

<sup>68</sup> *Ibid*, Hlm. 17-18.

<sup>69</sup> Zulham, *Op.cit*, Hlm. 45.

yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya.

3. Hak mendapatkan informasi (*the right to be informed*) Hak ini mempunyai arti yang sangat fundamental bagi konsumen bila dilihat dari sudut kepentingan dan kehidupan ekonominya. Setiap keterangan mengenai suatu barang yang akan dibelinya atau akan megikat dirinya, haruslah diberikan selengkap mungkin dan dengan penuh kejujuran.
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*) Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan tercermin dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijaksanaan tersebut.

Selain itu, konsumen juga harus didengar setiap keluhnya dan harapannya dalam mengonsumsi barang yang dipasarkan oleh produsen atau pelaku usaha. Selain hak-hak yang disampaikan John F. Kennedy diatas (didepan kongres pada tanggal 15 maret 1962) ada penambahan empat hak dasar konsumen oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organisation of Consumer Union-IOCU*):<sup>70</sup>

1. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
2. Hak untuk memperoleh ganti rugi
3. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
4. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

---

<sup>70</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yudo, *Op.cit*, Hlm. 39.

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Bidang hukum istilah ini masih relatif baru khususnya di Indonesia sedangkan di negara maju, hal ini mulai dibicarakan bersamaan dengan berkembangnya industri dan teknologi.<sup>71</sup>

Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen. Arti perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 1 ayat (1) UUPK yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang hingga ke akibat akibat dari pemakaian barang tersebut.<sup>72</sup>

Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan (UUPK) dasar hukum untuk Perlindungan Konsumen di Indonesia untuk hak dan kewajiban pelaku usaha diatur pada Pasal 4 dan 5 UUPK sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan 7 UUPK.

Pada kebijakan layanan yang terdapat pada *Shopee* dijelaskan secara detail tentang syarat dan penggunaan layanan untuk mencegah kekeliruan

---

<sup>71</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 12-13.

<sup>72</sup> Pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

konsumen dalam menggunakan aplikasi *Shopee*. Berikut tujuan dari perlindungan konsumen yang pertama yakni meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri.<sup>73</sup>

Tujuan perlindungan konsumen yang pertama telah dilaksanakan oleh *Shopee* sebelum mengakses aplikasi *marketplace* tersebut, pengguna disarankan untuk membaca dan memahami aturan yang ada pada *Shopee* dan *Shopee* hal ini dapat dilihat pada laman resmi *shopee* dan *shopee* terkait syarat dan layanan pada *shopee* yakni Selamat datang di platform *Shopee* "Situs". Silakan baca Syarat Layanan berikut dengan cermat sebelum menggunakan Situs ini atau membuka akun *Shopee* "Akun" agar anda mengetahui tentang hak dan kewajiban hukum anda.<sup>74</sup>

Pada sistem transaksi aplikasi *Shopee* harus menyertakan informasi yang jelas terkait produk meliputi variasi dan pilihan produk harus disediakan, hal ini dapat dilihat pada *shopee* yakni di *marketplace shopee* itu banyak toko yang menyediakan barang apa saja yang saya butuhkan dengan berbagai variasi yang ditawarkan dan juga tertera harganya disetiap produk.

Terkait dengan hak konsumen untuk mengembalikan barang jika telah memenuhi persyaratan, hak untuk bertanya dan menyampaikan keluhan hal tersebut telah diatur dalam ketentuan pada *Shopee*, oleh karena itu hal tersebut telah sesuai dengan tujuan perlindungan konsumen yang ketiga yaitu

---

<sup>73</sup> Shopee PT Shopee International Indonesia, Company Profile, <https://www.linkedin.com/company/shopee/mycompany/>, Diakses pada tanggal 7 Juni 2023 pukul 13.00 WIB.

<sup>74</sup> Wikipedia Shopee, <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>, Diakses pada tanggal 7 Juni 2023 pukul 14.00 WIB.

meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Hal pertama kali bagi konsumen yang akan melakukan transaksi jual beli pada aplikasi *Shopee* dan *Shopee* adalah memilih produk pada katalog yang telah disediakan oleh pelapak. Adapun tujuan perlindungan konsumen yang keenam yaitu meningkatkan kualitas barang yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Berdasarkan wawancara dengan salah satu konsumen.<sup>75</sup>

*Marketplace Shopee* telah melakukan upaya perlindungan konsumen, maka harus dilihat dari aspek pemenuhan hak-hak konsumen berdasarkan UUPK yang diterapkan *Marketplace Shopee* tersebut. Tujuan perlindungan konsumen yang pertama adalah sebagai berikut, hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan, dalam mengonsumsi suatu barang dalam hal pembayaran, aplikasi *shopee* telah memberikan kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi, untuk melakukan pembayaran dapat dilakukan melalui ATM, minimarket dan bank yang langsung terverifikasi oleh sistem *shopee*.<sup>76</sup>

Terkait Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan suatu barang. Terkait hal ini *Shopee* memberikan batasan terkait

---

<sup>75</sup> Business Insight, Infografik, Shopee Menjadi E-commerce yang Paling Banyak Dikunjungi Tahun Ini, <https://insight.kontan.co.id/news/infografik-shopee-menjadi-ecommerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-tahun-ini>, Diakses pada tanggal 17 Juni 2023 pukul 12.00 WIB.

<sup>76</sup> Sirclo, "Meniliki Tren Perkembangan E-commerce Indonesia di 2020", <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerceindonesia-di-2020/>, Diakses pada tanggal 8 Juni 2023 pukul 16.00 WIB.

produk. Pihak pembeli dalam aplikasi *Shopee* dan *Shopee* sering mengalami kendala ketika membeli barang terkadang membeli barang di aplikasi *shopee* ada yang tidak sesuai dengan foto pada aplikasi *shopee*. Selanjutnya yaitu hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan. Terkait hal ini pihak *Shopee* memberikan layanan pertanyaan dan keluhan melalui *Customer service* yang disediakan aplikasi tersebut. Hal ini dapat dilihat pada saat melakukan pembelian sebuah produk di aplikasi *shopee* dan ketika barang yang diterima tidak sama dengan apa yang ada di katalog, bisa melaporkan hal tersebut kepada *Customer Service* yang ada di aplikasi tersebut, tetapi jika perbedaan barang tersebut masih bisa dikompromi tidak.<sup>77</sup>

Sebelum masuk dalam substansi terkait ketentuan UUPK, ada baiknya kita mengenali dulu terkait beberapa istilah yang tidak asing dari konsumen. Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini ialah setiap pengguna barang untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan kepemilikan atau penikmatan barang dari penyedia barang kepada konsumen.

Tindak pidana konsumen adalah tindakan produsen atau pelaku usaha yang menimbulkan kerugian kepada konsumen dan atau mengganggu pembangunan perekonomian secara umum, dalam tingkat kompleksitas tertentu dapat dikategorikan sebagai perbuatan pidana. Perbuatan pidana atau

---

<sup>77</sup> Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga, 2012, hlm. 7.

juga disebut tindak pidana (delik) adalah perbuatan yang dilarang oleh suatu aturan hukum, larangan itu disertai ancaman (sanksi) yang berupa pidana tertentu, bagi barang siapa melanggar larangan tersebut. Perbuatan pidana yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut kemudian dapat dikategorikan sebagai tindak pidana di bidang ekonomi (tindak pidana ekonomi) karena ada kepentingan ekonomi nasional (umum) yang hendak dilindungi atau dipertahankan, yaitu menjaga agar tatanan perekonomian nasional tetap langgeng, berkembang baik, dan tidak kacau. Pada dasarnya perbuatan pidana atau tindak pidana dibedakan atas kejahatan dan pelanggaran sesuai dengan sistem yang dianut oleh KUH Pidana Indonesia, tetapi dalam UUPK hal tersebut tidak dibedakan.<sup>78</sup>

Pengertian Hukum Tindak Pidana konsumen juga mempunyai aspek pidana. Karena itu, hukum perlindungan konsumen adalah juga bagian dari hukum pidana. Jelasnya, hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan di atas ada yang bernuansa publik sehingga dapat dipertahankan melalui hukum pidana. Perbuatan produsen yang menimbulkan kerugian kepada konsumen dalam tingkatan dan kompleksitas tertentu mungkin saja berdimensi kejahatan. Artinya, pertentangan dengan norma-norma hukum pidana dapat dikategorikan sebagai tindak pidana, karena itu diselesaikan dengan hukum pidana dan memakai instrument pidana. Sebagai contoh, dapat ditunjuk perbuatan yang dimaksud dalam Pasal 204 KUH Pidana yang menentukan

---

<sup>78</sup> Moeljatno, *Azas-azas Hukum Pidana*, Bina Aksara, Jakarta, 1987, hlm. 54.

bahwa perbuatan menjual, menawarkan, menyerahkan atau membagi-bagikan barang yang diketahuinya membahayakan nyawa atau kesehatan orang diancam dengan pidana.<sup>79</sup>

*E-commerce* telah banyak digunakan khususnya di Indonesia seiring dengan meningkatnya pengguna internet di tanah air. *E-commerce* sendiri sebelum keluarnya Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, diatur dalam berbagai peraturan perundang – undangan seperti Undang – Undang nomor 12 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang–Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten, Undang–Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dan Undang– Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu untuk melindungi konsumen terhadap transaksi dalam media internet juga diatur dalam kitab undang – undang hukum pidana Pasal 378 mengenai penipuan, karena pada dasarnya penipuan transaksi jual beli dalam media internet tidak jauh berbeda dari penipuan secara konvensional. Yang membedakan hanyalah sarana perbuatannya, terhadap penipuan dalam media internet, perbuatannya menggunakan sarana elektronik. Sehingga penipuan menggunakan sarana elektronik dapat pula dikenakan Pasal 378 Kitab Undang - Undang Hukum Pidana.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> *Ibid*, hlm. 71.

<sup>80</sup> Pasal 378 Kitab Undang - Undang Hukum Pidana.

Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya yakni hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pelaku usaha disisi lain, berkewajiban sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian ketika barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Lebih tegas lagi Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang tersebut. Berdasarkan Pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang. Maka konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UUPK berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UUPK berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian ketika barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hak dan kewajiban konsumen dalam Pasal 4 dan 5 UUPK yakni:

Pasal 4 Hak konsumen adalah:<sup>81</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang
2. Hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang 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
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang 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, namun barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5 Kewajiban konsumen adalah:<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>82</sup> Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang, demi keamanan dan keselamatan
2. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang
3. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
4. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Transaksi jual beli, meskipun dilakukan secara online, berdasarkan UU ITE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan. Kontrak Elektronik itu sendiri menurut Pasal 48 ayat (3) PP PSTE setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Data identitas para pihak
2. Objek dan spesifikasi
3. Persyaratan Transaksi Elektronik
4. Harga dan biaya
5. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak
6. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat harga palsu dan
7. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Sebagaimana pada transaksi elektronik yang terjadi dikasus dapat menggunakan instrumen UU ITE dan/atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahannya. Terkait dengan perlindungan

konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim ketika tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat harga palsu.

Wanprestasi di Shopee terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu wanprestasi atas penggunaan/penyediaan aplikasi dan wanprestasi atas transaksi. Jika wanprestasi yang terjadi adalah terkait penggunaan/penyediaan aplikasi, maka tanggung jawab hukumnya adalah antara shopee dengan pengguna aplikasi. Jika kesalahan ada pada tangan pengguna aplikasi maka shopee bisa melakukan penuntutan kepada pengguna aplikasi untuk bertanggung jawab atas perbuatannya yang telah merugikan shopee, atau shopee pun juga bisa melakukan tindakan untuk melakukan pembatasan akun. Namun jika terdapat kesalahan ada pada sistem shopee atau tindakan shopee sebagai penyedia aplikasi yang merugikan pengguna aplikasinya, maka shopee harus bertanggung jawab, karena shopee sebagai platform *user generated content* harus bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam platform secara andal, aman, dan bertanggung jawab. Bilamana terjadi masalah atau wanprestasi dalam pemenuhan hak dan

kewajiban terkait transaksi, maka penyelesaian masalahnya adalah antara pihak penjual dan pihak pembeli. Yang bertanggung jawab adalah pihak penjual atau pihak pembeli, karena hubungan hukum terkait transaksi adalah antara kedua pihak tersebut, maka shopee tidak bertanggung jawab sehubungan dengan kontrak tersebut. Pihak penjual dan pihak pembeli akan sepenuhnya bertanggung jawab untuk kontrak jual beli antara mereka. Kontrak penjualan adalah secara langsung antara pembeli dengan penjual, dan shopee tidak terlibat dalam transaksi antar pengguna. Segala resiko terkait transaksi adalah tanggung jawab langsung antara pembeli dengan penjual. Ketentuan ini telah diatur pada angka 1.2 syarat layanan shopee.

Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen adalah hubungan kontraktual perjanjian jual beli seperti yang diatur dalam Pasal 1457 BW. Perjanjian jual beli adalah perjanjian timbal balik dalam mana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk memberikan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak yang lainnya (pembeli) berjanji untuk membayar suatu barang yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak miliknya.<sup>83</sup>

Seperti perjanjian pada umumnya harus memenuhi syarat Pasal 1320 BW tentang sahnya perikatan, sejak kata sepakat maka perjanjian telah terbentuk yang artinya pada pihak terikat untuk melakukan prestasi yang telah disepakati dalam perjanjian tersebut.<sup>84</sup> Dalam Pasal 1234 BW disebutkan “

---

<sup>83</sup> Subekti, *Hukum Aneka Perjanjian*, cetakan VII, Alumni, Bandung, 1985, hlm. 35.

<sup>84</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1990, h.201

Tiap tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu".Jika salah satu pihak tidak melakukan prestasi yang telah tidak melakukan prestasi yang telah disepakati maka pihak tersebut dianggap melakukan wanprestasi. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melakukan prestasi seperti yang ditetapkan dalam perikatan. Yang dimaksud dengan wanprestasi sebagai berikut:<sup>85</sup>

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi untuk dilakukannya
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya tapi tidak sebagaimana mestinya
3. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat
4. Melakukan sesuatu apa yang menurut perjanjian (prestasi) tidak boleh dilakukannya

Jika diterapkan dalam pembahasan ini, konsumen telah melakukan prestasi yang membayar harga barang yang telah disepakati seperti diatur dalam Pasal 5 huruf c UUPK, sedangkan pelaku usaha menyerahkan barang yang tidak sesuai dengan seperti yang ditentukan dalam Pasal 8 ayat (1) huruf (d) dan Pasal 7 UUPK berarti telah melakukan wanprestasi.

Bila pelaku usaha telah melakukan wanprestasi, konsumen hanya bisa menuntut ganti rugi. Ganti kerugian untuk wanprestasi hanya dapat diganti dengan uang, sesuai dengan Pasal 1239 BW yang menyatakan "bahwa setiap perikatan untuk berbuat sesuatu, jika debitor tidak memenuhi kewajibannya,

---

<sup>85</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, jakarta, Intermasa, 1987, hlm. 45.

mendapat penyelesaian dalam kewajiban memberikan penggantian biaya, rugi dan bunga.

Tuntutan ganti rugi akan dilakukan jika konsumen yang dirugikan mampu membuktikan bahwa terdapat perikatan antara dirinya dengan pelaku usaha dan tidak dipenuhinya kewajiban yang timbul dari perikatan tersebut oleh pelaku usaha menimbulkan kerugian.<sup>86</sup>

Perlindungan konsumen terhadap pelaku usaha yang melakukan wanprestasi berdasarkan UUPK adalah sebagai berikut:

- a. Hak atas Informasi: Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk skincare yang mereka beli. Pada aplikasi Shopee, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang lengkap dan benar tentang produk, termasuk komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan cara penggunaannya.
- b. Hak atas Kualitas yang Sesuai: Konsumen memiliki hak untuk menerima produk yang sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh pelaku usaha. Jika produk skincare yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau memiliki cacat, konsumen dapat mengajukan keluhan atau mengembalikan produk tersebut.
- c. Hak atas Pengembalian atau Penukaran: Jika produk skincare yang diterima konsumen tidak sesuai atau cacat, konsumen memiliki hak untuk

---

<sup>86</sup> Purwahid Patrik, *Dasar-dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang lahir dari perjanjian dan dari undang-undang)*, Mandar Maju, Bandung, 1994, hlm. 11.

mengembalikan produk tersebut dan mendapatkan pengembalian uang atau melakukan penukaran sesuai dengan kebijakan pengembalian Shopee.

- d. Hak atas Ganti Rugi: Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat dari wanprestasi pelaku usaha. Ini dapat mencakup biaya pengobatan jika produk skincare menyebabkan reaksi alergi atau efek samping negatif.
- e. Perlindungan dari Praktik Bisnis Tidak Adil: Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang praktik bisnis yang tidak adil atau menyesatkan. Jika konsumen merasa telah ditipu atau diberikan informasi palsu oleh pelaku usaha, mereka dapat mengajukan keluhan kepada otoritas yang berwenang.
- f. Penyelesaian Sengketa: Jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, mereka dapat mencoba menyelesaikannya melalui mediasi atau arbitrase sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Shopee. Jika penyelesaian melalui mediasi atau arbitrase tidak memungkinkan, konsumen dapat mengajukan gugatan ke pengadilan.
- g. Pengawasan Otoritas: Otoritas Perlindungan Konsumen di Indonesia memiliki peran penting dalam memantau dan menegakkan perlindungan konsumen. Konsumen dapat melaporkan pelanggaran oleh pelaku usaha kepada otoritas yang bersangkutan.

Penting untuk diingat bahwa prinsip-prinsip perlindungan konsumen di atas berlaku tidak hanya untuk produk skincare, tetapi juga untuk semua jenis

produk yang dijual melalui platform seperti Shopee di Indonesia. Konsumen memiliki hak-hak yang harus dihormati oleh pelaku usaha, dan pelanggaran terhadap hak-hak ini dapat mengakibatkan tindakan hukum terhadap pelaku usaha yang bersangkutan sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

## **B. Tanggung jawab Pelaku Usaha terhadap wanprestasi yang dilakukan dalam perjanjian jual beli produk skincare di Aplikasi *Shopee***

Istilah *electronic commerce* dapat dikatakan masih terdengar asing disebagian besar masyarakat Indonesia. Pada umumnya transaksi *E-commerce* diterapkan oleh golongan menengah ke atas. Sampai dengan saat ini, masih belum ada suatu pendefisian yang baku tentang keberadaannya dikenal juga sebagai transaksi *electronic commerce (e-commerce)*.<sup>87</sup>

*E-commerce* berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari *Electronic* dan kata *Commerce*. Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan. Adapun menurut istilah pengertian *E-commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> John M.Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm. 209 dan 129.

<sup>88</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta, Ekuilibria, 2016, hlm. 5.

Menurut Pasal 1 angka (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Selain itu, Menurut Adi Nugroho mendefinisikan transaksi elektronik (*e-commerce*), adalah persetujuan jual beli antara pihak pembeli dengan penjual secara elektronik yang biasanya menggunakan jaringan computer pribadi. Dalam hal ini, konsumen yang menggunakan browser web untuk melakukan pemesanan dan menyediakan informasi dengan bentuk pembayaran seperti kartu kredit, digital cash atau cek elektronik.<sup>89</sup>

1. Keuntungan *E-commerce* antara lain:<sup>90</sup>

a. Bagi Individu (penjual dan pembeli)

- 1) Bagi penjual memudahkan dalam pemasaran produk karena sudah terdapat banyak media sosial yang membantu para pebisnis online dalam pemasarannya.
- 2) Memudahkan penjual dalam mengontrol semua aktivitas aliran produknya sehingga meminimalisir pencurian produk oleh beberapa oknum tidak bertanggung jawab.
- 3) Banyak pebisnis *E-commerce* membuka jam pemesanan lebih lama bahkan dapat mencapai waktu 24 jam dalam sehari.

---

<sup>89</sup> Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Bogor, halia Indonesia, 2012, hlm. 57.

<sup>90</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Jakarta, PT aksara, hlm. 8.

- 4) Bagi pembeli juga *E-commerce* memudahkan dalam pencarian berbagai macam produk yang dilakukan dengan mudah tanpa harus mengunjungi toko yang menjual produk tersebut.
  - 5) Home shopping, pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan jangkauan toko-toko yang jauh dari lokasi pembeli.
  - 6) Product on demand. Pembeli dapat mencari produk sesuai dengan keinginan dan mendapatkannya.
  - 7) Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di outlet-outlet atau pasar tradisional.
- b. Bagi Masyarakat.
- 1) *E-commerce* memungkinkan banyak orang yang untuk bekerja di rumah mereka sendiri dan untuk mengurangi frekuensi perjalanan yang harus mereka lakukan untuk berbelanja keluar rumah.
  - 2) *E-commerce* memungkinkan sejumlah pedagang untuk menjual barang-barang mereka dengan harga yang lebih murah, sehingga jumlah orang yang dapat membeli produk mereka akan menjadi lebih banyak, sekaligus dapat meningkatkan standar hidup mereka.
  - 3) Memungkinkan masyarakat mendapatkan pemerataan produk karena banyak pebisnis online yang mencangkup pengiriman seluruh dalam negeri ataupun luar negeri.

- 4) *E-commerce* dapat memfasilitasi pemberian layanan-layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, pendistribusian layanan-layanan sosial dari pemerintah

2. Kerugian *E-commerce* antara lain:<sup>91</sup>

a. Bagi Individu

- 1) Rentannya terjadi penipuan online oleh para pebisnis online palsu. Membuat individu menjadi lebih malas untuk mendatangi langsung dan melihat kualitas barang secara langsung.
- 2) Pembeli tidak semuanya mempergunakan teknologi yang sama.
- 3) Tidak semua orang memiliki akses terhadap internet.
- 4) Organisasi/manajer butuh untuk meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi informasi.

b. Bagi Masyarakat.

- 1) Membuat masyarakat lebih konsumtif karena dengan mudahnya melihat dan mencari produk-produk yang sedang trending mendorong masyarakat ingin memiliki semua produk-produk tersebut karena dapat didapatkan dengan mudah.
- 2) Mendorong perilaku egoisme karena terkadang masyarakat lebih mengutamakan atau meninggikan dirinya sendiri dari lingkungannya karena ingin tampil lebih dengan produk-produk yang sedang trending.

---

<sup>91</sup> Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, Bogor, PT Grafindo, hlm. 252-253.

c. Bagi Negara.

- 1) Negara sering dirugikan oleh produk-produk hasil ilegal dan berbagai macam aktivitas penggelapan barang yang terjadi dalam bisnis *E-commerce*
- 2) Negara juga akan mendapatkan pencemaran nama baik ketika terdapat oknum-oknum penjual dalam negeri yang memalsukan ataupun melakukan kejahatan dalam aktivitas *E-Commerce*.

Pasal 1 angka 3 UUPK menyebutkan pelaku usaha adalah setiap perorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri ataupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Penjelasan Pasal 1 angka 3 UUPK, disebutkan pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian diatas adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain.<sup>92</sup>

Hak-hak dan kewajiban pelaku usaha atas konsumen tidak dapat dipisahkan sendiri karena konsumen merupakan pihak penerima barang paling akhir sebelum dikonsumsi. Pelaku usaha juga mempunyai tanggung jawab terhadap barang yang dijualnya, baik barang itu dijual dalam keadaan baik ataupun cacat.

---

<sup>92</sup> Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak-hak Produsen atau pelaku usaha dalam undang-undang perlindungan konsumen Pasal 6 menyatakan bahwa hak pelaku usaha sebagai berikut:<sup>93</sup>

1. Hak untuk menerima pembayaran atas barang yang dijual.
2. Hak untuk dapat menerima perlindungan hukum, jika pelaku usaha tidak beritikad baik.
3. Hak untuk membela diri, dalam perlindungan konsumen.
4. Hak untuk mendapatkan pengembalian nama baik, jika secara hukum kesalahan terhadap konsumen bukan dari barang yang dijual.
5. Hak yang mengatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya

Kewajiban-kewajiban pelaku usaha Telah diatur didalam undang-undang perlindungan konsumen Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha diantara lain:

1. Berperilaku baik dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
2. Sudah meneruskan informasi yang benar jelas dan jujur terhadap kondisi dan jaminan yang barang, serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan juga pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani para konsumen dengan baik dan benar serta jujur tidak memilih-milih konsumen.
4. Barang yang dijaminakan ataupun diperdagangkan harus sesuai mutu dan ketentuan yang berlaku.

---

<sup>93</sup> Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

5. Memberikan garansi dan mengetes barang yang akan dibeli oleh konsuen, sehingga barang yang dibeli dalam keadaan baik.
6. Meberikan ganti rugi ketika barang yang telah dibeli terdapat kerugian bagi konsumen.
7. Serta memberikan ganti rugi bagi para konsumen ketika barang yang dijual tidak sesuai dengan perjanjian awal.

Jika disimak baik-baik, jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang ditargetkan untuk menciptakan tanggung jawab pada diri para pelaku usaha.

Larangan Bagi Pelaku Usaha adapun hal-hal yang tidak diperbolehkan oleh pelaku usaha diantaranya yaitu yang telah disebutkan didalam UUPK yaitu pelaku usaha tidak dibolehkan untuk memproduksi dan memperdagangkan barang yang diantaranya yaitu:<sup>94</sup>

1. Memproduksi barang yang tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Tidak ada kesamaan pada isi bersih berat bersih, neto, dan sejumlah yang sudah ada didalam label atau etika barang.
3. Tidak adanya kesamaan pada ukuran takaran, timbangan, kondisi, jaminan, keistimewaan, kemanjuran dan, yang sesuai pada label barang tersebut.

---

<sup>94</sup> Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *Shopee* berdasarkan UUPK adalah sebagai berikut:

1. Kewajiban untuk Memenuhi Perjanjian: Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memenuhi semua ketentuan yang telah disepakati dalam perjanjian jual beli dengan konsumen. Ini mencakup pengiriman produk skincare yang sesuai dengan deskripsi yang diberikan dalam iklan atau penawaran di aplikasi *Shopee*. Ini berarti bahwa pelaku usaha harus:
  - a. Mengirimkan Produk yang Sesuai: Produk skincare yang dikirimkan harus sesuai dengan deskripsi yang telah diberikan dalam iklan atau penawaran di aplikasi *Shopee*. Ini berarti bahwa produk yang dikirimkan harus memiliki karakteristik, merek, jenis, dan kualitas yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dalam iklan atau deskripsi produk. Jika deskripsi produk di *Shopee* tidak akurat, maka pelaku usaha dapat dianggap melanggar kewajiban ini.
  - b. Memenuhi Syarat Waktu dan Pengiriman: Pelaku usaha harus memenuhi syarat waktu yang telah disepakati dalam perjanjian, seperti batas waktu pengiriman produk skincare. Mereka harus mengirimkan produk tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen.
  - c. Memberikan Informasi yang Jelas: Pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen sehubungan dengan produk skincare yang dijual. Ini mencakup informasi mengenai

komposisi produk, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, dan peringatan jika ada efek samping yang mungkin timbul.

- d. Memberikan Produk dalam Kondisi Baik: Produk skincare harus diterima dalam kondisi yang baik, tidak rusak atau cacat, dan harus dapat digunakan sesuai dengan tujuan yang diiklankan.

Jika pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban-kewajiban ini dan terjadi ketidaksesuaian antara apa yang dijanjikan dan apa yang diberikan kepada konsumen, hal ini dapat dianggap sebagai wanprestasi, yang berpotensi menimbulkan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa produk skincare yang mereka jual di Shopee sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang dijanjikan dalam perjanjian dengan konsumen untuk mematuhi hukum perlindungan konsumen.

2. Kualitas Produk yang Memadai: Produk skincare yang dijual oleh pelaku usaha harus memiliki kualitas yang memadai sesuai dengan apa yang dijanjikan. Jika produk tersebut tidak sesuai dengan deskripsi atau tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen, ini dapat dianggap sebagai wanprestasi.
  - a. Kualitas yang Sesuai dengan Deskripsi: Produk skincare yang dijual harus sesuai dengan deskripsi yang diberikan dalam iklan atau penawaran di Shopee. Ini mencakup fitur, manfaat, komposisi, merek, jenis, dan karakteristik lain yang dijanjikan. Jika deskripsi produk di

- Shopee tidak akurat atau jika produk tidak sesuai dengan deskripsi, hal ini dapat dianggap sebagai pelanggaran kewajiban pelaku usaha.
- b. Standar Kualitas yang Diharapkan: Produk skincare harus memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Standar ini dapat beragam tergantung pada jenis produk dan harga yang ditawarkan. Produk skincare yang mahal mungkin diharapkan memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada produk dengan harga yang lebih rendah.
  - c. Kualitas yang Aman: Produk skincare juga harus aman digunakan sesuai dengan instruksi penggunaan yang diberikan. Ini berarti produk tidak boleh mengandung bahan-bahan berbahaya atau memiliki efek samping yang tidak diinginkan jika digunakan sesuai dengan petunjuk.
  - d. Tanggal Kedaluwarsa: Pelaku usaha harus memberikan produk skincare yang masih dalam masa berlaku atau belum melewati tanggal kedaluwarsa. Jika produk skincare sudah kadaluarsa ketika diterima oleh konsumen, hal ini juga dapat dianggap sebagai wanprestasi.
3. Pengembalian dan Ganti Rugi: Jika terjadi wanprestasi, konsumen memiliki hak untuk mengajukan tuntutan kepada pelaku usaha. Pelaku usaha harus bersedia untuk mengembalikan uang atau mengganti rugi kepada konsumen sesuai dengan perjanjian atau hukum yang berlaku.
- a. Pengembalian Uang: Konsumen memiliki hak untuk mengembalikan produk skincare yang tidak sesuai dengan perjanjian kepada pelaku usaha dan meminta pengembalian uang. Pengembalian ini harus

dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan termasuk harga produk yang dibayarkan oleh konsumen.

- b. Ganti Rugi: Selain pengembalian uang, konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat dari ketidaksesuaian produk. Ganti rugi ini dapat mencakup biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mengembalikan produk, biaya perbaikan jika produk rusak akibat ketidaksesuaian, atau kompensasi atas kerugian lain yang diakibatkan oleh produk yang tidak sesuai.
  - c. Pilihan Konsumen: Konsumen biasanya memiliki pilihan untuk memilih antara pengembalian uang atau penggantian produk yang sesuai jika produk awalnya tidak sesuai dengan perjanjian. Konsumen dapat memutuskan mana yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.
  - d. Batas Waktu: Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga dapat mencakup batas waktu tertentu yang mengatur kapan konsumen dapat mengajukan tuntutan untuk pengembalian atau ganti rugi.
4. Pengembalian Produk: Konsumen juga memiliki hak untuk mengembalikan produk skincare yang tidak sesuai dengan perjanjian. Pelaku usaha harus menerima pengembalian produk tersebut dan memberikan pengembalian uang kepada konsumen atau menggantinya dengan produk yang sesuai jika konsumen menginginkannya.
- a. Hak Konsumen untuk Mengembalikan Produk: Jika konsumen merasa bahwa produk skincare yang mereka beli di Shopee tidak sesuai dengan deskripsi, tidak memenuhi standar kualitas yang

dijanjikan, atau memiliki masalah lain yang membuatnya tidak layak digunakan, mereka memiliki hak untuk mengembalikan produk tersebut kepada pelaku usaha.

- b. Pengembalian dalam Kondisi Asal: Konsumen biasanya diharapkan untuk mengembalikan produk dalam kondisi asal atau serupa dengan saat mereka menerimanya. Ini berarti produk harus dalam kemasan yang sama, tidak rusak, dan dalam kondisi yang memungkinkan untuk dijual kembali.
- c. Proses Pengembalian: Pelaku usaha biasanya harus memiliki prosedur yang jelas untuk menerima pengembalian produk dari konsumen. Ini mencakup proses pengajuan permintaan pengembalian, pengiriman kembali produk ke pelaku usaha, dan pengembalian uang atau penggantian produk yang sesuai.
- d. Waktu untuk Pengembalian: Undang-Undang Perlindungan Konsumen mungkin mengatur batas waktu tertentu untuk konsumen mengembalikan produk setelah mereka menerimanya. Konsumen harus memperhatikan batas waktu ini untuk dapat mengajukan permintaan pengembalian.
- e. Biaya Pengembalian: Dalam banyak kasus, biaya pengiriman produk kembali kepada pelaku usaha menjadi tanggung jawab konsumen, kecuali jika terdapat ketentuan lain yang disepakati

Pengembalian produk adalah salah satu mekanisme penting yang melindungi hak konsumen dalam transaksi jual beli. Ini memungkinkan

konsumen untuk mengatasi situasi di mana mereka menerima produk skincare yang tidak sesuai dengan harapan mereka atau dengan perjanjian yang ada. Sebagai pelaku usaha di Shopee, penting untuk memiliki kebijakan pengembalian yang jelas dan adil serta mematuhi ketentuan hukum perlindungan konsumen yang berlaku untuk memastikan transaksi yang lancar dan kepercayaan konsumen.

5. Penyelesaian Sengketa: Jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen terkait dengan wanprestasi, mereka harus mencoba menyelesaikannya secara damai terlebih dahulu. Jika penyelesaian damai tidak memungkinkan, konsumen dapat mengajukan sengketa tersebut ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau lembaga yang sesuai.
  - a. Penyelesaian Damai: Pada tahap awal, pihak-pihak yang terlibat, yaitu pelaku usaha dan konsumen, diharapkan mencoba menyelesaikan sengketa secara damai. Ini dapat melibatkan negosiasi atau komunikasi langsung antara kedua belah pihak untuk mencari solusi yang dapat diterima oleh semua pihak.
  - b. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen: Jika penyelesaian damai tidak memungkinkan atau tidak berhasil, konsumen biasanya dapat mengajukan sengketa mereka ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang biasanya ada di berbagai wilayah atau negara. Badan ini bertindak sebagai mediator atau arbiter yang berusaha menyelesaikan sengketa dengan cara yang adil bagi kedua belah pihak.

- c. Kewajiban Mengikuti Putusan: Setelah sengketa diselesaikan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau lembaga yang setara, pelaku usaha dan konsumen harus mematuhi putusan yang diberikan. Ini berarti bahwa mereka harus melaksanakan apa yang telah diputuskan oleh lembaga tersebut, seperti melakukan pengembalian uang, penggantian produk, atau tindakan lain yang sesuai.
- d. Kemungkinan Litigasi: Jika sengketa tidak dapat diselesaikan melalui jalur penyelesaian damai atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, maka salah satu pihak atau kedua belah pihak dapat memutuskan untuk menempuh jalur litigasi atau mengajukan tuntutan ke pengadilan untuk menyelesaikan sengketa tersebut.

Penyelesaian sengketa adalah langkah penting dalam menjaga hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi jual beli. Ini memberikan mekanisme hukum yang adil untuk mengatasi ketidaksetujuan dan masalah yang mungkin timbul selama transaksi tersebut. Pelaku usaha di Shopee harus mematuhi ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku terkait dengan penyelesaian sengketa konsumen dan berusaha untuk menyelesaikan sengketa dengan konsumen secara adil dan transparan.

- 6. Hukuman: Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memberikan sanksi atau hukuman kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan yang ada. Ini dapat berupa denda atau sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

- a. Denda: Salah satu bentuk hukuman yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha adalah pembayaran denda. Denda ini biasanya dikenakan oleh otoritas yang berwenang jika pelaku usaha ditemukan bersalah dalam melanggar hukum perlindungan konsumen. Besarnya denda dapat bervariasi tergantung pada pelanggaran yang dilakukan.
- b. Sanksi Administratif: Selain denda, otoritas yang berwenang juga dapat memberikan sanksi administratif kepada pelaku usaha. Sanksi ini bisa berupa peringatan, penangguhan izin usaha, atau pencabutan izin usaha, tergantung pada tingkat pelanggaran dan sejauh mana pelaku usaha tidak mematuhi ketentuan hukum.
- c. Kewajiban Membayar Ganti Rugi: Selain sanksi yang dikenakan oleh otoritas, pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen juga dapat dikenakan kewajiban untuk membayar ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan. Ini mencakup penggantian atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat dari pelanggaran tersebut.
- d. Penghentian Kegiatan Usaha: Dalam kasus-kasus yang sangat serius, jika pelaku usaha terus melanggar hukum perlindungan konsumen secara berulang-ulang, otoritas yang berwenang dapat mengambil tindakan lebih lanjut dengan menghentikan kegiatan usaha mereka sepenuhnya.

Hukuman diatur oleh undang-undang untuk mendorong pelaku usaha untuk mematuhi ketentuan perlindungan konsumen dan melindungi hak-

hak konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha yang beroperasi di *Shopee* atau platform *e-commerce* lainnya untuk memahami ketentuan-ketentuan hukum perlindungan konsumen yang berlaku dan mematuhi mereka dengan seksama. Langkah-langkah pencegahan ini dapat membantu menghindari sanksi dan hukuman.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia memuat beberapa prinsip tanggung jawab yang mutlak dalam perlindungan konsumen. Prinsip-prinsip ini mencakup hak dan kewajiban yang harus dipegang oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi konsumen, termasuk produsen, distributor, dan penjual. Beberapa prinsip penting yang termasuk dalam UUPK ini adalah:

1. Prinsip Keselamatan dan Kesehatan Konsumen

Produsen, distributor, dan penjual berkewajiban untuk memastikan bahwa produk yang mereka pasarkan aman bagi pengguna. Produk yang berpotensi membahayakan kesehatan konsumen harus dihentikan dari peredaran.

2. Prinsip Informasi dan Edukasi

Konsumen memiliki hak untuk menerima informasi yang jujur dan jelas tentang produk atau jasa yang mereka beli. Penjual dan produsen harus memberikan informasi yang memadai sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang berdasar.

3. Prinsip Kepuasan Konsumen

Konsumen berhak mendapatkan produk atau jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan. Jika ada masalah dengan produk atau jasa, konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan meminta ganti rugi atau pengembalian uang.

#### 4. Prinsip Perlindungan Hukum

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan konsumen hak untuk melindungi diri mereka sendiri melalui jalur hukum jika hak-hak mereka diabaikan atau dilanggar oleh pihak lain.

#### 5. Prinsip Partisipasi dan Keterlibatan Konsumen

Konsumen memiliki hak untuk terlibat dalam proses pembuatan kebijakan perlindungan konsumen. Mereka juga memiliki hak untuk mendirikan organisasi konsumen yang akan melindungi kepentingan mereka.

#### 6. Prinsip Perlindungan terhadap Praktik Bisnis Tidak Wajar

Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang praktik bisnis yang tidak wajar, seperti penipuan, penjualan paksa, dan tindakan lain yang merugikan konsumen.

#### 7. Prinsip Penyediaan Ganti Rugi

Konsumen berhak mendapatkan ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat produk atau jasa yang cacat atau tidak sesuai dengan kontrak.

Prinsip-prinsip ini memberikan dasar hukum yang kuat untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen di Indonesia. Penggunaan dan penerapan prinsip-prinsip ini memastikan bahwa konsumen mendapatkan

perlindungan yang layak dan bahwa praktik bisnis yang tidak etis dapat dicegah atau dikenakan sanksi.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia, terdapat ketentuan-ketentuan yang mengatur hak konsumen terhadap informasi yang jelas, akurat, dan lengkap tentang produk atau jasa yang mereka beli. Pelanggaran hak atas informasi ini dapat merujuk pada beberapa aspek, dan UUPK memiliki ketentuan yang berkaitan. Berikut adalah beberapa pelanggaran hak konsumen terkait informasi yang diatur dalam undang-undang tersebut:<sup>95</sup>

1. Label dan Informasi Palsu atau Menyesatkan

Pelaku usaha dilarang memberikan informasi yang palsu, menyesatkan, atau ambigu kepada konsumen. Ini termasuk label produk yang tidak akurat atau klaim yang tidak dapat dibuktikan.

2. Penyembunyian Informasi Penting

Pelaku usaha tidak boleh menyembunyikan informasi penting yang dapat memengaruhi keputusan konsumen. Mereka berkewajiban untuk memberikan semua informasi yang relevan dan diperlukan untuk memungkinkan konsumen membuat keputusan yang tepat.

3. Tidak Memberikan Informasi Garansi

Jika pelaku usaha memberikan garansi terhadap produk atau jasa, mereka harus memberikan informasi yang jelas tentang apa yang dicakup oleh

---

<sup>95</sup> Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

garansi tersebut, serta bagaimana konsumen dapat mengajukan klaim garansi jika diperlukan.

4. Informasi yang Tidak Memadai

Pelaku usaha harus memberikan informasi yang memadai tentang komposisi, bahan, manfaat, risiko, dan cara penggunaan produk atau jasa.

Informasi ini harus disampaikan secara jelas dan mudah dimengerti.

5. Tidak Memberikan Penjelasan Hak dan Kewajiban Konsumen

Pelaku usaha berkewajiban memberikan penjelasan tentang hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi, termasuk hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap.

6. Pelanggaran Hak Privasi Konsumen

Pengumpulan data pribadi konsumen untuk keperluan pemasaran atau tujuan lain harus dilakukan sesuai dengan aturan privasi yang berlaku, dan konsumen harus memberikan persetujuan sebelum data pribadi mereka digunakan.

7. Iklan yang Menyesatkan

Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur iklan yang menyesatkan. Pelaku usaha tidak boleh menggunakan iklan yang dapat membingungkan atau menyesatkan konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan.

Pelanggaran hak konsumen terhadap informasi adalah pelanggaran serius yang dapat berdampak negatif pada konsumen. UUPK memberikan dasar hukum yang kuat untuk melindungi hak konsumen terhadap informasi

yang tidak akurat atau menyesatkan dan memberikan konsumen hak untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan ganti rugi jika mereka merasa hak mereka dilanggar dalam hal ini.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia menetapkan berbagai ketentuan yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen. Ini mencakup sejumlah tanggung jawab yang harus dipegang oleh pelaku usaha untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen. Berikut adalah beberapa ketentuan utama yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam Pasal 19 UUPK:<sup>96</sup>

1. Kualitas Produk/Jasa yakni pelaku usaha berkewajiban untuk menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, aman, dan sesuai dengan standar yang berlaku. Mereka harus memastikan bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan tidak membahayakan kesehatan atau keselamatan konsumen.
2. Label dan Informasi yakni Pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas, akurat, dan lengkap tentang produk atau jasa yang mereka tawarkan, termasuk label yang berisi informasi penting seperti komposisi, cara penggunaan, tanggal kadaluwarsa, dan lain sebagainya.
3. Perlindungan Konsumen dalam Garansi yakni Jika pelaku usaha memberikan garansi terhadap produk atau jasa, mereka harus memenuhi

---

<sup>96</sup> Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

kewajiban ini dengan baik. Konsumen memiliki hak untuk mengajukan klaim garansi jika produk atau jasa tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

4. Penanganan Keluhan Konsumen yakni Pelaku usaha harus memiliki prosedur penanganan keluhan konsumen yang efektif. Mereka harus merespons keluhan konsumen dengan cepat dan memberikan solusi yang memuaskan.
5. Larangan Praktik Tidak Wajar yakni UU Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha melakukan praktik bisnis yang tidak wajar, seperti penipuan, penjualan paksa, atau praktik-praktik yang merugikan konsumen.
6. Perlindungan terhadap Konsumen yang Rentan yakni Pelaku usaha harus memberikan perlindungan tambahan kepada konsumen yang rentan, seperti anak-anak, lansia, dan penyandang disabilitas.
7. Tidak Diskriminatif yakni Pelaku usaha tidak boleh melakukan diskriminasi terhadap konsumen berdasarkan ras, agama, jenis kelamin, usia, atau faktor lain yang tidak relevan.
8. Kewajiban Pemberian Ganti Rugi yakni Jika produk atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha menyebabkan kerugian kepada konsumen, pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi yang sesuai.
9. Kewajiban Mengikuti Standar Kualitas yakni Pelaku usaha harus mematuhi standar kualitas yang berlaku dan regulasi yang dikeluarkan oleh otoritas yang berwenang.

10. Kewajiban untuk Memberikan Penjelasan yakni Pelaku usaha harus memberikan penjelasan yang jelas dan memadai kepada konsumen tentang hak dan kewajiban mereka dalam transaksi.

Dari ketentuan diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan ini dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan yang ada dalam UUPK. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan perlindungan yang layak dan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare pelaku usaha melakukan perbuatan melawan hukum melanggar hak atas informasi konsumen dan wanprestasi dengan tidak memberikan produk skincare yang telah diperjanjikan dalam akun resminya @wakeupmakeup.cosmetics sehingga konsumen dirugikan.
2. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi yang dilakukan dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shopee* tidak memenuhi tanggung jawabnya dengan memberikan produk skincare sebagaimana diperjanjikan dalam akun resminya @wakeupmakeup.cosmetics.

#### **B. Saran**

1. Seharusnya konsumen diberikan perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *shoppe* dimana pelaku usaha diberikan sanksi hukum yang diberlakukan termasuk denda, sanksi administratif, atau tindakan hukum lainnya sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku. Sanksi ini bertujuan untuk mendorong pelaku usaha untuk mematuhi peraturan perlindungan konsumen, memberikan perlindungan yang lebih baik kepada konsumen, dan mencegah praktik-praktik yang merugikan konsumen.

Selain itu, sanksi hukum juga dapat mencakup tindakan perdata atau pidana tergantung pada tingkat pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.

2. Seharusnya pemerintah dapat memastikan perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian jual beli produk skincare di aplikasi *Shopee* dengan mengambil peran aktif dalam pengawasan, penegakan hukum, dan edukasi konsumen, pemerintah dapat memitigasi risiko wanprestasi dan memastikan bahwa produk skincare yang dijual di platform *e-commerce* memenuhi standar keamanan dan kualitas yang sesuai.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdul Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010.
- Abdul Ghofur, *Hukum Sistem Ekonomi Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Abdul Wahab Khallaf. *Kaedah-kaedah Hukum Islam (Ilmu Ushul Fiqh)*. Jakarta: Rajawali Pers, 1993.
- Abdulkadir Muhammad. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: Citra Aditiya Bakti, 2010.
- Adolf, Huala. 2010. *Dasar-dasar Hukum Kontrak Internasional*, edisi Revisi Cetakan Ketiga, Bandung: PT. Refika Aditama
- Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, Jakarta : Kencana, 2003.
- Az Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Bahder Johan Nasutin, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju, 2008.
- Bobby Hartanto dan Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee*, Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.

- Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: 87 Sinar Grafika, 2008.
- Cholid Narbuko. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Didi Achjari. 2000. *Potensi Manfaat dan Problem di E-commerce*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(3)
- Fahmi, Irham. *Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta. 2015.
- Francis Tantri. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2015.
- Hadiri Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003.
- Hafidz muftisany, *Hukum Jual Beli Online*, Jawa Tengah: Intera, 2021.
- Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008.
- Hariman Surya Siregar. *Fikih Muamalah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2019.
- Hasbi Ashiddieqy, *Pengantar Hukum Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1974.
- Holilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online*, Surabaya: Duta Media Publishing, 2020.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Madar Maju, 2000.

- Imam Mustofa. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Pesada, 2016.
- Lexy L. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. ke-XIV, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001.
- Mahdi Rizqullah Ahmad, *Biografi Rasulullah, Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber-sumber Autentik*, Jakarta: Qisthi Press, 2009.
- Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja GrafindoHusada, 2015.
- Margono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Renika Cipta, 2015.
- Moh Muhfid. *Fiqh Untuk Milenial: Beberapa Masalah Fikih untuk Generasi Muda di Era Digital*. Jakarta: Media Kompotindo, 2010.
- Muhammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Cet 2 Jakarta : Raja Grafindo Persana, 2003.
- Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Muslim. *Metode Penelitian Hukum Islam*. Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020.
- Nasional, Dapertemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

Nurhayati Abbas. 1996. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Beberapa Aspeknya*.

Ujung Pandang: Elips Project

Philipus M.Hadjon. *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: PT.Bina Ilmu.

1987.

Philipus M. Hadjon. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. Yogyakarta: Gajah

Mada University Press. 2011.

Resa Raditio. *Aspek Hukum Transaksi Elektronik; Perikatan, Pembuktian, dan*

Penyelsaian Sengketa. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Ridwan Khairandy. *Perjanjian Jual Beli*, Cet. Ke-1. Yogyakarta: FH UII Press, 2016.

Riyadi, Ika Yunia Fauzi dan Abdul Kadir. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Persfektif*

*Maqashid Al-Syari'ah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.

Satjipto Rahardjo. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2000.

Suhrawadi K Lubis . *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012. Mardani.

Fiqh Ekonomi Syariah. Jakarta: Kencana, 2012.

## **Jurnal**

Akhmaddhian, Suwari.”Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual

beli Secara Elektronik”. Jurnal Unifikasi. No.2 (2016): 25.

Iryani, Eva. “Hukum Islam, Demokrasi dan Hak Asasi Manusia”. Jurnal Ilmiah

Universitas Batanghari Jambi. No.2 (2017): 24.

- Issamsudin, Moh. "Efektifitas Perlindungan Konsumen Di Era Otonomi Daerah". Jurnal Hukum Khaira Ummah. No. 1 (2018): 289.
- Makasuci, Fially Claude. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Transaksi Barang Elektronik Melalui Transaksi Jual-Beli Online *Shopee*". Jurnal Indonesia Sosial Teknologi. No. 7 (2021): 1164.
- Muttaqin, Aztar. "Transaksi *E-commerce* dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam". Ulumuddin. No. 4 (2010): 460.
- Nuhalis. "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999". Jurnal Ius Constiturndum. No. 9 (2015): 527.
- Putra, Setia. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui e-Commerce". Jurnal Ilmu Hukum. No. 2 (2014): 290.
- Ratu Humaemah. "Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce". Jurnal Islamicconomic. No.1 (2015): 48.
- Yusri, M. "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam", Ulumuddin., Vol. 5. (2011): 7-8. 78
- Ziauddin, Nurmasiyithah. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online". Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah. No 1 (2017): 83.

- Agregasi, N. Riset: Shopee, Lazada, dan Shopee Brand yang Paling Diingat. Okezone.Com.  
<https://economy.okezone.com/read/2018/03/26/320/1878025/riset-shopeelazada-dan-shopee-brand-yang-paling-diingat> (2018).
- Erlangga. Ardyanto, D. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan ECommerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 2(1), 5. (2015).
- Audriene, D. YLKI: Lazada Nomor 1 Paling Banyak Dikeluhkan. Cnnindonesia.Com.  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180119144103-185-270193/yлки-lazada-nomor-1-paling-banyak-dikeluhkan> (2018).
- Gintings, Y. Lazada Indonesia Kirim Barang Tidak Sesuai Gambar di Website. *Mediakonsumen.Com*. <https://mediakonsumen.com/2016/08/17/keluhan/lazada-indonesia-kirimbarang-tidak-sesuai-gambar-website> (2016).
- Lu, B., Fan, W., & Zhou, M.. Social presence, Trust, and Social Commerce Purchase Intention: An Empirical Research. *Computers in Human Behavior*.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.057> (2016)
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 93. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656> (2018).

Rahayu, S., Zuriyah, Z., & Bonita, S. Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 298. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i3.3374> (2015).

Setiawan, S. R. D. *E-commerce* Apa yang Pimpin Pasar Indonesia? Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2019/08/26/122218226/ecommerce-apa-yang-pimpin-pasar-indonesia>. (2019).

### **Undang-Undang**

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018 tentang Uang Elektronik.

Peraturan OJK No. 01/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Perjanjian Elektronik.

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

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