

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP**

SKRIPSI



Oleh :

ANNISA DIRA QISTHY RAMADHANTY

No. Mahasiswa : 18410442

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP**

SKRIPSI



Oleh :

ANNISA DIRA QISTHY RAMADHANTY

No. Mahasiswa : 18410442

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

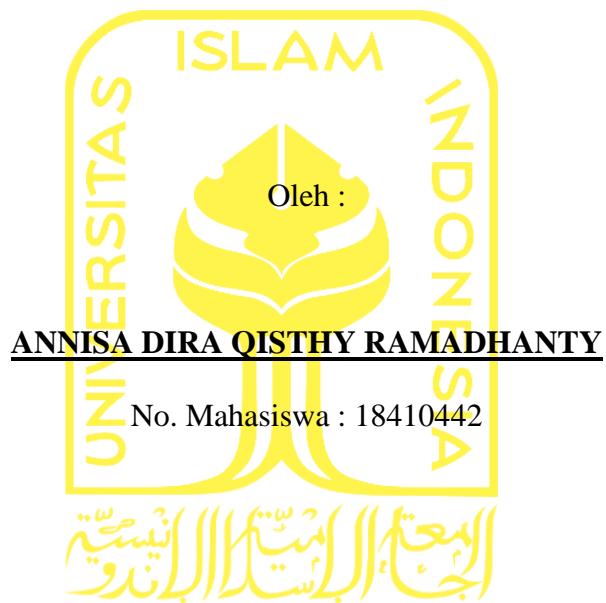
YOGYAKARTA

2023

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi sebagai Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia**



PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023



HALAMAN PERSETUJUAN

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk
diajukan ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendararan
pada tanggal 13 Desember 2023



Yogyakarta, 18 November
2023 Dosen Pembimbing
Tugas Akhir,

Retno Wulansari, S.H., M.Hum.



**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir / Pendaran
pada tanggal 13 Desember 2023 dan Dinyatakan LULUS



Yogyakarta, 13 Desember 2023

Tim Penguji

1. Ketua : M. Syamsudin, Prof., Dr., S.H., M.H.
2. Anggota : Retno Wulansari, S.H., M.Hum.
3. Anggota : Riky Rustam, S.H., M.H., M.Kn.

Tanda Tangan



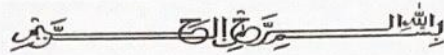
Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum
Dekan,



Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.H.

NIK. 014100109



**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH BERUPA
TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Annisa Dira Qisthy Ramadhanty

NIM : 18410442

Adalah benar Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan Judul: **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP**

Karya Tulis ini akan saya ajukan dan pertahankan di depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir Pendadaran yang akan diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa Karya Tulis ini adalah benar-benar hasil 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 Tulis Ilmiah ini adalah benar-benar asli (orisinil), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan penjiplakan karya ilmiah (Plagiasi);

3. Bahwa meskipun secara prinsip hak atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal tersebut diatas (terutama pernyataan butir 1 dan 2 saya sanggup menerima sanksi baik administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut.

Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, dan melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menandatangani Berita acara terkait yang menjadi hal dan kewajiban saya dihadapan "Majelis", atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang diajukan oleh pimpinan Fakultas, apabila tanda-tanda plagiasi disinyalir ada/terjadi pada karya tulis ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun oleh siapapun.

Yogyakarta, 25 November 2023

Yang Bersangkutan



(Annisa Dirā Qisthy Ramadhanty)

NIM 18410442

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Annisa Dira Qisthy Ramadhanty
2. Tempat Tanggal Lahir : Bengkulu, 15 Desember 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Golongan Darah : B
5. Agama : Islam
6. Alamat Terakhir : Jl Pandanaran, Jl. Candi 3 Rt.4 Rw.2.
7. Alamat Asal : Jl. Unib Permai IVA No.34 Rt.11 Rw.03,
Bentiring Permai, Muara Bangkahulu, Kota
Bengkulu.
8. E-mail : 18410442@students.uii.ac.id
9. Identitas Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Edi Soetrisno
Pekerjaan : PNS
 - b. Nama Ibu : Tutik Ratna Rahayu
Pekerjaan : Pensiunan PNS
10. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Negeri 1 Kota Bengkulu
 - b. SMP : SMP Negeri 2 Kota Bengkulu
 - c. SMA : SMA Negeri 2 Kota Bengkulu
11. Hobi : Bersepeda

Yogyakarta, 25 November 2023

Yang bersangkutan,



Annisa Dira Qisthy Ramadhanty

NIM: 18410442

HALAMAN MOTTO



“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” – QS Al-Baqarah 286

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

– QS Al-Insyirah 94: Ayat 5-6

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu.”

– Ali bin Abi Thalib

“There were pages turned with the bridges burned, Everything you lose is a step you take.”

– Taylor Swift

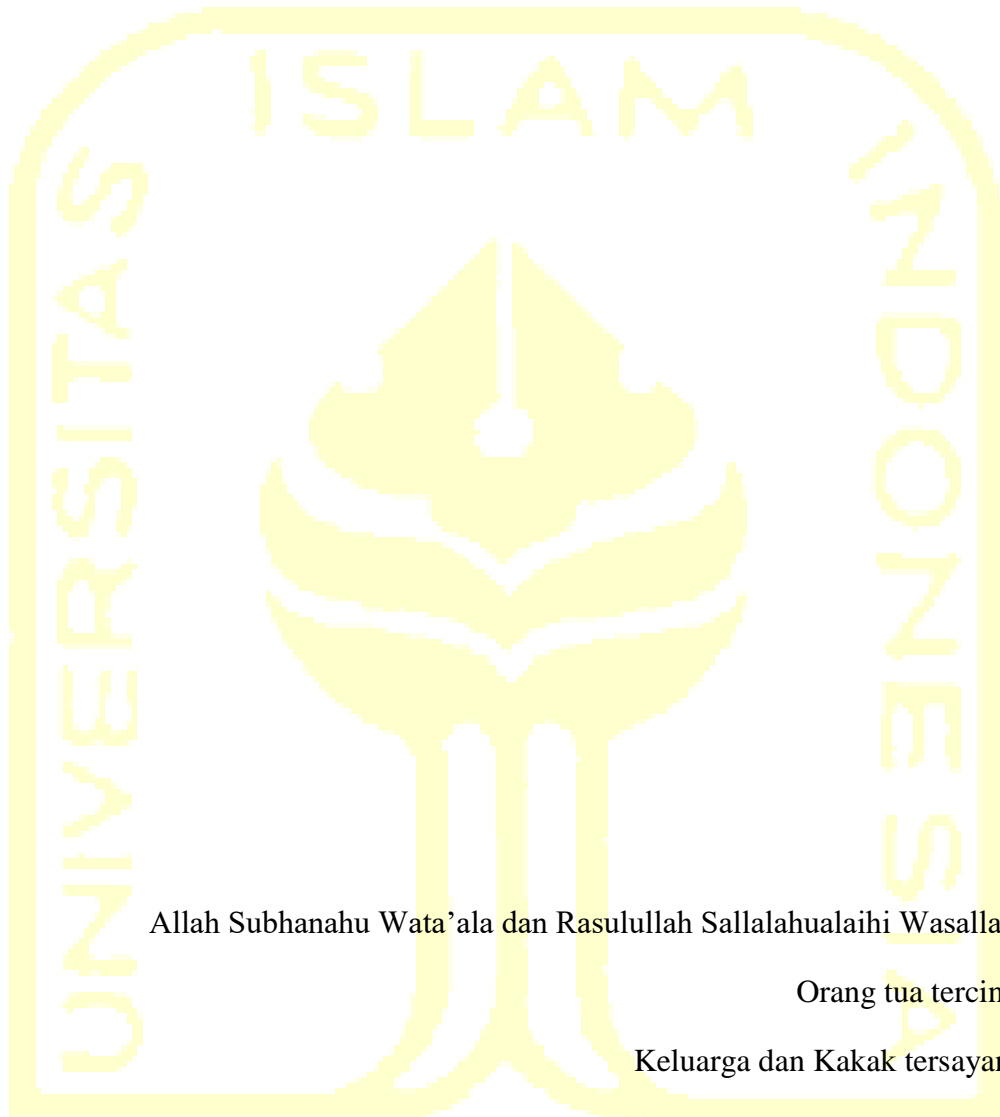
“To live for the hope of it all.”

– Taylor Swift

HALAMAN PERSEMBAHAN



Tugas Akhir Skripsi Ini Penulis Persembahkan Kepada :



Allah Subhanahu Wata'ala dan Rasulullah Sallalahualaihi Wasallam,

Orang tua tercinta,

Keluarga dan Kakak tersayang,

Dosen pembimbing beserta Dosen pengajar lainnya,

Sahabat dan Teman seperjuangan,

Almamater UII tercinta,

dan Diri Sendiri

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir berupa skripsi ini dengan baik dan lancar. Sholawat dan salam penulis haturkan kepada Baginda Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, serta para pengikut hingga akhir zaman.

Tugas Akhir berupa skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP”** ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Berkat rahmat dari Allah SWT serta bantuan dari dosen pembimbing serta doa dan dukungan dari keluarga tercinta, juga teman teman penulis yang mengorbankan waktu, pikiran, dan juga tenaga dalam membantu penulis melewati kesulitan dan hambatan dalam penulisan tugas akhir, sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini. Untuk itu, dengan segala kerendaha, ketulusan, keikhlasan hati dengan tidak mengurangi rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Teruntuk Ibu Dra. Hj. Tutik Ratna Rahayu dan Bapak Ir. H. Edi Soetrisno, M.Sc. Terima kasih sebesar-sebesarnya untuk kedua orang tua tercinta yang dengan penuh rasa kasih sayang, ikhlas, sabar, dan tulus merawat, mendidik, selalu mendoakan serta memberikan dukungan yang sangat melimpah sehingga penulis mampu menjalani kehidupan khususnya dalam menyelesaikan studi S1 ini. Sekali lagi terima kasih Ibu dan Bapak.
3. Muhammad Ilham Firmansyah, kakak penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi kakak yang baik.
4. Keluarga besar penulis, yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Retno Wulansari, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, perhatian, tenaga, nasihat serta mencurahkan ilmunya kepada penulis dalam penulisan tugas akhir ini.
6. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia selaku Pimpinan Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak dan Ibu dosen, tenaga kerja, serta karyawan yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama menempuh studi serta membantu

penulis melalui pelayanan pelayanan baik secara akademik maupun non akademik di Universitas Islam Indonesia.

9. Sahabat seperjuangan kuliah penulis, Fiqih Amanda, Intan Resti, Zulfa Arsyillah, Khaerul Firman, Dewanti Ajeng, Nabillah Nurwandany, Tirana Anggun, Mutia Ufara, Nurintan Latuneimas, Adelia Fatin, Rishabrina Tiffany, Andre Devara, Ahmad Meithree, Yolanda, Sakial, dan teman teman lain yang pernah berproses bersama penulis selama di bangku perkuliahan. Terima kasih atas dukungan dari awal penulis berada di bangku Perkuliahan hingga tahap akhir perkuliahan.
10. Para sahabat rumah penulis, Fanissa Lifnastiti, Annisa Sarina, Trimeillinda Fadhillah, Luthfiyah Salsabila, Sabela Oktridaini, Syalsa Nadila, dan Roro Anggie. Terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, warna dan keceriaan pada kehidupan penulis.
11. Para sahabat semasa SMP penulis, Deby Adma, Frischa Kurnia, Resy Oktarini, dan Rahmad Andre. Terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, warna dan keceriaan pada kehidupan penulis.
12. Para sahabat semasa SMA penulis, Sandia Fely dan Aginta Pratiwi. Terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, warna dan keceriaan pada kehidupan penulis.
13. Para kucing penulis, Mossy, Oyen, Nala, Papoy terima kasih telah memberikan keceriaan dan warna pada kehidupan penulis.

14. Semua pihak yang langsung maupun tidak langsung membantu selama proses penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan yang diberikan kepada penulis.

Skripsi ini ditulis sendiri oleh penulis dengan menggunakan berbagai referensi dibutuhkan, sehingga keaslian dari tugas akhir ini dapat dipertanggungjawabkan. Penulis menyadari bahwa hasil tugas akhir berupa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun dari pembaca agar penulis mendapatkan pemahaman baru terkait tugas akhir ini. Penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada khususnya bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan hidayah kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 25 November 2023

Penulis,



Annisa Dira Qisthy Ramadhanty

NIM : 18410442

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TULIS	v
CURRICULUM VITAE	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian.....	7
F. Kerangka Teori	14
G. Metode Penelitian	18
H. Kerangka Skripsi.....	20
BAB II	22
TINJAUAN TEORI TENTANG PERJANJIAN JUAL BELI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN	22
A. Kajian Teori tentang Perjanjian Jual Beli	22
B. Kajian Teori tentang Perlindungan Konsumen	43
BAB III	66
PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP	66
A. Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online melalui Tiktoshop	66

B. Upaya Hukum bagi Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli melalui Tiktokshop	82
BAB IV	97
PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN BEBAS PLAGIASI	104

ABSTRACT

This study aims to understand and analyze legal protection for consumers in online buying and selling transactions through tiktokshop and to understand and analyze legal remedies for consumers who are disadvantaged in online buying and selling transactions through tiktokshop. The formulation of the problem in this research is how is legal protection for consumers in online buying and selling transactions through Tiktokshop? and what are the legal remedies for consumers who are harmed in buying and selling transactions through Tiktokshop? The type of research that the authors use in this study is normative legal research, namely emphasizing on library materials that use the object of writing study in the form of literature such as laws and regulations, books, journals related to the discussion in this study. The results of this study are that legal protection for consumers in buying and selling online is not as expected as stated in the UUPK. The consumer has not received compensation/compensation for the negligence of the seller in sending goods/products that are not in accordance with what has been ordered by the consumer. Legal remedies in Indonesia that can be taken if consumers suffer losses in online transactions, namely through the court or outside the court according to the agreement of each party. In these online transactions, the goods received by the buyer do not match the orders that have been ordered, the business actor does not provide any form of accountability.

Keywords: Keywords: Online Buying and Selling, Consumer Protection, Tiktokshop.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop dan untuk memahami dan menganalisa upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop? dan bagaimana upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli melalui tiktokshop? Jenis Penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yakni menekankan pada bahan pustaka yang menggunakan objek kajian penulisan berupa pustaka seperti peraturan perundang-undangan, buku, jurnal yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini yakni perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli online belum sesuai dengan yang diharapkan sebagaimana yang tertera di dalam UUPK. Konsumen belum menerima kompensasi/ganti rugi atas kelalaian penjual dalam mengirimkan barang/produk yang tidak sesuai dengan yang telah dipesan oleh konsumen. Upaya hukum di Indonesia yang dapat ditempuh jika konsumen mendapat

kerugian dalam transaksi online yaitu melalui jalur pengadilan atau luar pengadilan sesuai kesepakatan masing-masing pihak. Dalam transaksi online tersebut barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan pesanan yang telah dipesan, pelaku usaha tidak memberikan bentuk pertanggungjawaban apapun.

Kata Kunci: Jual Beli Online, Perlindungan Konsumen, Tiktokshop.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini aktivitas perdagangan saat ini sangat pesat. Salah satu yang mempengaruhinya adalah dengan berkembangnya teknologi yang berbasis internet yang dikenal dengan nama *electronic commerce* atau *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* berjalan melalui jaringan internet.

Pesatnya pertumbuhan Pengguna Internet membuat internet menjadi salah satu sarana yang efektif untuk memperkenalkan dan menjual barang ataupun jasa kepada konsumen dari seluruh penjuru dunia, bahkan kemajuan di setiap tahunnya tidak bisa dihindarkan dari dunia *online*.¹ Adanya teknologi dan informasi ini memperluas arus transaksi barang dan/atau jasa yang telah melintasi batas berbagai wilayah negara, konsumen disuguhkan oleh berbagai pilihan jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif.²

E-commerce terbagi atas dua bagian yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen). Makin

¹ Bagus Hanindyo Mantri, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce", terdapat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/108077-ID-none.pdf> diakses terakhir tanggal 24 Agustus 2022 pukul 21.20.

² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, edisi pertama, ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 1.

banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem online (*e-commerce*) menjadi media transaksi.³

Dengan adanya *e-commerce* memberikan kemanjaan kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja disamping itu pilihan barang/jasapun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Hal ini menjadi tantangan yang positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya.

Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian.⁴

E-commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Melalui transaksi perdagangan ini, konsep pasar tradisional (dimana penjual dan pembeli secara fisik bertemu) berubah menjadi konsep telemarketing (perdagangan jarak jauh dengan menggunakan internet).

³ Setia Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Online", terdapat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/9164-ID-perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-jual-beli-melalui-e-commerc.pdf> diakses terakhir tanggal 25 Agustus 2022 pukul 15.34.

⁴*Ibid.*

E-commerce pun telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan.⁵ Faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi online karena melalui transaksi online konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan antara lain dapat memilih beragam barang yang diinginkan selain itu konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan, jika toko tersebut berada jauh dari konsumen, hal ini sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu sekaligus mempermudah transaksi konsumen.

Melalui transaksi online cukup dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang kebutuhan, konsumen sudah dapat memilih dan membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan, hal ini dirasa lebih praktis dan hemat dibandingkan dengan membeli secara langsung dengan pergi ke toko.⁶ Dengan adanya internet ini memiliki beberapa keunggulan bagi pembeli dan pelaku usaha yang dapat diperoleh dengan menggunakan internet sebagai media perdagangan.

Keuntungan bagi pembeli yakni, menurunkan harga jual produk, meningkatkan daya kompetisi penjual, meningkatkan produktivitas pembeli, manajemen informasi yang lebih baik, mengurangi biaya dan waktu pengadaan barang, kendali inventory yang lebih baik. Selanjutnya keuntungan bagi pelaku usaha yakni, identifikasi target pelanggan dan

⁵ Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika, Bandung, 2005, hlm. 144.

⁶ Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, Hardika Fajar Ardianto, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online", terdapat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/23092-ID-perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online.pdf> diakses terakhir tanggal 25 Agustus 2022 pukul 22.15.

definisi pasar yang lebih baik, manajemen cash flow yang lebih baik, meningkatkan kesempatan berpartisipasi dalam pengadaan barang atau jasa (tender), meningkatkan efisiensi, kesempatan untuk melancarkan proses pembayaran pesanan barang, mengurangi biaya pemasaran.⁷

Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan transaksi online mempunyai dampak negatif pada konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi online dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi online dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi online antara lain, yaitu bahwa kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, serta waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi kerusakan. Permasalahan lain yang dapat terjadi yaitu barang yang telah dipesan dan dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha.

Pada 17 April 2021, secara resmi aplikasi TikTok di Indonesia menghadirkan fitur baru yang dinamakan dengan TikTokShop. Tiktokshop adalah salah satu dari beberapa Marketplace jual beli online yang sering digunakan sebagian masyarakat Indonesia, yakni sebuah aplikasi mobile, di mana aplikasi ini merupakan wadah/tempat belanja online yang lebih fokus pada mobilephone, sehingga masyarakat lebih praktis untuk belanja melalui handphone.

⁷ Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*, Zona Media Mandiri, Tasikmalaya, 2020, hlm. 3.

Fitur ini adalah sebuah social commerce yang inovatif yang dapat menjangkau para penjual, pembeli, dan kreator untuk menyediakan pengalaman berbelanja yang lancar, menyenangkan, dan nyaman. Namun, transaksi jual beli melalui online memiliki resiko yang jauh lebih tinggi dibanding dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara konvensional. Problematika dalam transaksi jual beli online yang sering terjadi yaitu penipuan dalam bertransaksi dan ketidaksesuaian barang dengan spesifikasi yang diperjual belikan. Dan juga, resiko cacat tersembunyi dari barang yang diperjual belikan juga menjadi modus terbesar dari pelaku usaha online baik secara sengaja maupun tidak sengaja.

Contoh kasus yang penulis temukan pada youtube yakni:

1. Konsumen 1: Konsumen kedua membeli produk di tiktok shop tidak sesuai dengan apa yang telah dibeli, konsumen tersebut membeli produk body lotion dengan ukuran full size sejumlah 5 pcs dengan harga sekitar 50.0000 namun pesanan yang sampai bukan ukuran full size, melainkan ukuran mini 30 ml. di keterangan produk tersebut tertulis bahwa produk tersebut berukuran full size dengan harga promo, tetapi pesanan yang datang tidak sesuai dengan keterangan produk yang telah dicantumkan.
2. Konsumen 2: Konsumen ketiga membeli produk jam tangan original dengan harga 500.000, namun pesanan yang sampai tidak sesuai dengan pesanan. Dideskripsi penjual tersebut menyebutkan bahwa jam tangan tersebut adalah jam tangan original, tetapi yang sampai merupakan jam tangan yang tidak original (kw).

3. Konsumen 3: Konsumen keempat membeli produk tidak sesuai dengan deskripsi. Konsumen tersebut membeli paket usaha baju dengan harga 700.000 yang berisikan 35 baju, namun pesanan yang sampai hanya 3 baju saja, tidak sesuai dengan apa yang telah ditulis pada keterangan produk tersebut.⁸

Berdasarkan kasus di atas, salah satu tujuan perlindungan konsumen yaitu meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur hak dan kepentingan konsumen namun belum menjamin terlaksananya kebijakan tersebut akibat salah satu pihak melepas tanggung jawab. Kenyataan yang terjadi sangat sulit menghindari serta menyelesaikan permasalahan mengenai transaksi online. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Tiktokshop”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah penulis diuraikan di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop?
2. Bagaimana upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli melalui tiktokshop?

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=cztLqTqGLw>. Diakses terakhir tanggal 20 Mei 2023

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan permasalahan yang telah penulis diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk memahami dan menganalisa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop.
2. Untuk memahami dan menganalisa upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop.

D. Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian ini terdapat dua manfaat, yaitu: manfaat secara teoretis dan manfaat secara praktis. Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan hukum, terlebih khususnya hukum Perlindungan Konsumen dalam jual beli online melalui aplikasi Tiktokshop. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memecahkan masalah hukum praktis terkait masalah jual beli online melalui aplikasi Tiktokshop.

E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian hukum dengan judul penelitian “Perlindungan Konsumen dalam jual beli online melalui aplikasi TiktokShop” merupakan hasil karya penulis sendiri dan tanpa duplikasi atau plagiasi hasil karya orang lain. Namun setelah melakukan observasi beberapa data penelitian sebelumnya, pembahasan mengenai perlindungan konsumen terhadap transaksi jual beli online telah banyak yang beberapa kali membahas terkait perlindungan konsumen itu sendiri. Akan tetapi ada yang menjadi pembeda terkait

penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian sebelumnya, diperkuat oleh rumusan masalah yang penulis buat sehingga permasalahan yang penulis angkat belum pernah dibahas oleh penulis-penulis lainnya dan penulis terdahulu. Beberapa karya ilmiah yang penulis temukan yang memiliki kemiripan dengan skripsi penulis sebagai berikut :

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian, dan Tahun Penelitian	Catatan Pembeda
1.	Nurlaeni Faizal, Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di PT. Shopee Internasional Indonesia, 2019, Skripsi.	Penelitian ini termasuk penelitian hukum Normatif-Empiris. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif atau disebut juga analisis berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha dan marketplace Shopee terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli di PT. Shopee Internasional Indonesia serta bagaimana gambaran mengenai perlindungan konsumen dan transaksi jual beli online di PT. Shopee Internasional Indonesia serta untuk

		mengetahui upaya-upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli pada situs belanja online di PT. Shopee Internasional Indonesia.
2.	Muhammad Khadafi, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce (studi kasus E-commerce melalui media instagram), 2016, Skripsi.	Penelitian ini termasuk penelitian hukum normatif. Dalam peneletian ini, pengolahan bahan hukum bersifat deduktif. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui dan menganalisa Undang – Undang PerlindunganKonsumen No 8 Tahun 1999 dapat melindungi konsumen dalamtransaksi e-commerce atau tidak, mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalambertransaksi melalui media internet, serta mengetahui permasalahan - permasalahan yang timbul dalamperlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi ecommercemengetahui penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi

		jual belipada media internet (Instagram).
3.	Zahra Rahmawati, Tanggung Jawab Hukum Tokopedia terhadap Konsumen atas Ketidaksesuaian Barang dalam Jual Beli Online, 2021, Skripsi.	Penelitian ini termasuk penelitian normatif empiris. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui Tanggung Jawab hukum Tokopedia terhadap konsumen apabila terjadi ketidaksesuaian terhadap barang yang dikirim serta mengetahui ketentuan terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli online. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan teknik analisis yang bersifat kualitatif yang berusaha menyimpulkan dengan menarik bagian atau hal yang bersifat khusus dan berdasarkan kepada data yang bersifat umum.
4.	Sherly Nurwachidah, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian yang akan digunakan adalah studi kasus. Tujuan dari penelitian ini

	<p>Commerce (Studi Kasus E-Commerce Social Media Instagram), 2022, Skripsi.</p>	<p>megetahui Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia dapat melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce. Serta mengetahui transaksi e-commerce dalam perspektif hukum Islam. Hasil penelitian ini yaitu Dalam Islam bentuk interaksi sesama manusia dalam bidang ekonomi diperbolehkan sejauh tidak ada dalil yang menentukan keharamannya, jika telah sesuai rukun dan syarat sah jual beli dalam Islam maka hal itu tidak haram untuk di lakukan. Pandangan hukum Islam terhadap e-commerce yaitu diperbolehkan karena memiliki karakteristik yang sama dengan as-salam karena keabsahannya sudah ditentukan berdasarkan al-Qur'an, Hadis, dan kaidah hukum Islam.</p>
--	---	---

5.	Hamsinar, Analisis Perlindungan Hak Konsumen terhadap Transaksi E-Commerce Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi Pada Shopee), 2019, Skripsi.	Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan normatif yuridis. Tujuan dari penelitian ini yaitu agar mengetahui perlindungan hak konsumen dalam transaksi e-commerce serta bentuk upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang merupakan penelitian yang mencoba mencari makna, pemahaman dan pengertian tentang suatu fenomena, kejadian kehidupan manusia dengan terlibat langsung atau tidak langsung dengan setting yang akan diteliti, kontekstual dan menyeluruh.
6.	Sela Rezando, Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Shop Produk Fashion (Dalam Negeri)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris, yaitu mengawasi perilaku tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online shop produk fashion (dalam Negeri) melalui

	Melalui Instagram, 2017, Skipsi.	instagram yang didukung dengan penelitian lapangan. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui upaya perlindungan konsumen online shop produk fashion (dalam Negeri) melalui instagrtam dalam memperoleh hak-hak yang dimiliki serta faktor perngahambat upaya perlindungan konsumen online shop produk fashion (dalam Negeri) melalui instagram.
7.	Burham Pranawa, Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Jual Beli Online, 2021, Jurnal.	Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif. Jenis penelitian ini deskriptif. Penelitian ini menggambarkan tentang aspek hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen.
8.	Bagus Hanindyo Mantri, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce 2007, Jurnal.	Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif-empiris. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisa permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-

		commerce.
--	--	-----------

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

F. Kerangka Teori

Teori Hukum merupakan pedoman bagaimana orang membangun suatu kaidah hukum tertentu. Berkaitan dengan hal tersebut, kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Perjanjian pada Umumnya

Pasal 1313 KUHPdata menentukan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebi, maka dengan itu dapat timbul suatu hubungan hukum yang melibatkan dua orang atau lebih dalam sebuah kesepakatan, yang akan menimbulkan hak-hak dan kewajiban dari masing-masing pihaknya. Yang mana hak dan kewajiban harus dipenuhi supaya tercipta suatu perjanjian yang sempurna secara lisan dan tulisan.

Pengertian perjanjian menurut pendapat R. Wirjono Prodjodikoro adalah “suatu perjanjian diartikan sebagai suatu perbuatan hukum

mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal atau untuk tidak melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu”.⁹

Sri Soedewi MS menyebutkan perjanjian itu sebagai berikut “suatu perbuatan hukum dimana seseorang atau lebih mengingatkan dirinya terhadap seseorang lain atau lebih”.¹⁰ Suatu Perjanjian adalah suatu persetujuan yang diakui oleh hukum. Persetujuan ini merupakan kepentingan yang pokok dalam dunia usaha, dan menjadi dasar dari kebanyakan transaksi dagang, seperti jual beli barang.

2. Perjanjian Jual Beli

Pasal 1457 KUHPerduta sampai dengan Pasal 1540 KUHPerduta mengatur tentang perjanjian jual beli. Menurut Pasal 1457 KUHPerduta yang mengatur bahwa perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Satu pihak menyerahkan benda lalu di pihak lain menentukan dan menetapkan harga benda.

Perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian yang bersifat konsensual. Sebagaimana Pasal 1458 KUHPerduta menyebutkan bahwa Perjanjian lahir ketika kedua belah pihak mencapai kata sepakat untuk

⁹ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Mazdar Madju, Bandung, 2000, hlm. 4.

¹⁰ Lukman Santoso Az, *Aspek Hukum Perjanjian*, ctk pertama, Penebar Media Pustaka, Yogyakarta, 2019, hlm 48.

barang dan harga, walaupun barang tersebut belum diserahkan maupun harga belum dibayarkan.¹¹

3. Perlindungan Konsumen

Pengertian perlindungan konsumen menurut para ahli yaitu Menurut Mochtar Kusumaatmadja adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup manusia.

Az. Nasution mengatakan bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen.

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pengertian Perlindungan Konsumen dijelaskan dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi : “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”¹² Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung maupun secara online.

¹¹ Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹² Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

4. Jual Beli Online (*E-Commerce*)

Pengertian e-commerce adalah semua kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Pengertian *e-commerce* menurut Laudon & Laudon adalah proses penjualan dan pembelian barang secara elektronik oleh konsumen, yang merupakan transaksi *business-to-business* dengan perantara computer, yakni menggunakan jaringan komputer.

Pengertian jual beli online adalah transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak tanpa bertemu langsung, untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms, web dan sebagainya. Jual beli online dapat dikategorikan sebagai jual beli yang tidak tunai. Definisi jual beli online menurut Alimin adalah sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

David Baum (1999) mendefinisikan *e-commerce* sebagai seperangkat teknologi dinamis dengan bentuk aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui e-commerce dalam pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik.

E-commerce menawarkan banyak perubahan terkait proses perdagangan. proses jual beli tradisional membutuhkan pertemuan tatap

muka antara pembeli dan penjual, sedangkan e-commerce tidak membutuhkan tatap muka antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat berdagang di berbagai kota tanpa pertemuan dan berkomunikasi melalui internet. E-Commerce menguntungkan dari sisi pembeli dan juga penjual. Pembeli lebih menghemat biaya dan waktu.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma, sistem norma yang dimaksud adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundangan, putusan pengadilan, perjanjian serta doktrin (ajaran). Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang mempunyai objek kajian tentang kaidah atau aturan hukum.¹³

Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.¹⁴ Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti transaksi jual beli melalui tiktokshop kemudian membandingkan dengan peraturan perundang-undangan yang ada, dalam penelitian ini akan

¹³ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Ctk. Kelima, Pustaka Pelajar, 2019, hlm. 36.

¹⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2001, hlm.1.

ditemukan bagaimana bentuk perlindungan konsumen dalam jual beli melalui tiktokshop.

2. Metode Pendekatan

Dalam memahami permasalahan yang diangkat, penulis menggunakan metode pendekatan perundang-undangan dan konseptual.

- a. Pendekatan perundang-undangan merupakan (*statute approach*) penelitian yang mengutamakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan sebagai bahan acuan dasar dalam melakukan penelitian.
- b. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) merupakan pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.

3. Bahan Hukum

Bahan hukum dalam penulisan penelitian hukum ini yaitu:

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, terdiri dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta Undang-Undang yang pengaturannya terkait dengannya.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang bersifat memberikan penjelasan terhadap bahan-bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisa bahan hukum primer, yang berupa

literatur-literatur, makalah-makalah, hasil penelitian, skripsi dan juga jurnal yang berhubungan dengan masalah yang di bahas dalam penulisan skripsi ini. d

- c. Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti yang digunakan di dalam penelitian ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), serta Kamus Hukum.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara studi pustaka, yakni mengkaji buku, karya tulis ilmiah, jurnal tesis, jurnal hukum yang berhubungan dengan topik permasalahan penelitian yang akan diteliti.

5. Teknik Analisis Data

Data yang didapatkan dalam penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Data dianalisis dengan cara mendeskripsikan serta menggambarkan data yang dihasilkan dari penelitian lapangan dengan cara menginterpretasikan data dan memaparkannya dalam bentuk kalimat untuk menjawab permasalahan pada bab-bab berikutnya.

H. Kerangka Skripsi

Penelitian ini disusun dalam 4 (empat) bab secara garis besar yang terdiri dari :

BAB I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Orisinalitas Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Kerangka Skripsi.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan hasil kajian tentang Perlindungan Konsumen, Transaksi Online, Perlindungan Konsumen, Perjanjian Jual Beli Online.

BAB III Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjawab dan menganalisis rumusan masalah mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop, bentuk pertanggungjawaban tiktokshop serta upaya hukumnya.

BAB IV Penutup

Bab ini merupakan bab penutup atau bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN TEORI TENTANG PERJANJIAN JUAL BELI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Kajian Teori tentang Perjanjian Jual Beli

1. Perjanjian dalam KUHPerdato

Menurut Pasal 1313 KUH Perdata, pengertian perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dari perumusan Pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perjanjian dalam pasal tersebut adalah perjanjian yang menimbulkan perikatan (*verbintenisscheppende overeenkomst*) atau perjanjian yang obligatoir.¹⁵

Subekti berpendapat bahwa Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain, atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal". Perikatan sebagai suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut.

Menurut Abdulkadir Muhammad Perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.¹⁶ Suatu perjanjian

¹⁵ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Ctk. Kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 11.

¹⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 224.

adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji pada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.¹⁷

R. M. Sudikno Mertokusumo berpendapat bahwa Perjanjian adalah hubungan hukum anatar dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum, dua pihak tersebut sepakat untuk menentukan peraturan, kaidah, atau hak dan kewajiban yang mengikat mereka untuk ditaati dan dijalankan.¹⁸

Perjanjian secara umum mempunyai arti secara luas dan sempit. Perjanjian dalam arti luas berarti setiap perjanjian yang menimbulkan akibat hukum yang dikehendaki (atau dianggap dikehendaki) oleh para pihak, termasuk didalamnya perkawinan, perjanjian kawin, dan lain-lain. Sedangkan perjanjian dalam arti sempit adalah perjanjian hanya ditujukan kepada hubungan-hubungan hukum dalam lapangan hukum kekayaan saja seperti yang dimaksud oleh Buku III BW/KUHPerduta.¹⁹

Ada 4 syarat sah perjanjian menurut pasal 1320 KUHPerduta, yakni:²⁰

1. kesepakatan pihak yang mengikatkan diri;
2. kecakapan pihak yang membuat kontrak;
3. suatu hal tertentu;
4. suatu sebab yang halal.

Syarat-syarat diatas terbagi dalam dua kelompok yaitu syarat subjektif (1) dan (2) dan syarat obyektif (3) dan (4), yang mana keduanya memiliki

¹⁷ Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta, 2002, hlm 17

¹⁸ Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, Liberty, Yogyakarta, 1985, hlm 97

¹⁹ J. Satrio, *Op. Cit.*, hlm. 28.

²⁰ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

akibat hukum masing-masing, untuk lebih jelasnya penjelasan terhadap hal diatas sebagai berikut.²¹

- a. Kesepakatan pihak yang mengikatkan diri, bahwa kedua subjek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat mengenai hal-hal pokok dari perjanjian yang diadakan.
- b. kecakapan untuk membuat suatu perjanjian, kecakapan merupakan kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum bahwa orang yang membuat perjanjian itu harus “cakap” menurut hukum.
- c. Suatu hal tertentu, Suatu hal tertentu atau objek perjanjian adalah prestasi (pokok perjanjian). Prestasi adalah kewajiban debitur dan hak kreditur. Prestasi terdiri atas perbuatan positif dan negatif, prestasi terdiri dari memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu.
- d. Sebab yang halal, Dalam Pasal 1320 KUHPerdara, tidak dijelaskan pengertian kausa yang halal. Dalam Pasal 1337 KUHPerdara, hanya disebutkan kausa yang terlarang. Suatu sebab adalah terlarang apabila bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

2. Perjanjian Jual Beli

Menurut pasal 1457 KUHPerdara pengertian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli di mana penjual mengikatkan dirinya untuk

²¹ Djohari Santoso dan Achmad Ali, Hukum Perjanjian Indonesia, bagian penerbitan fakultas hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 1983, hlm. 76-77.

menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu.²²

Pengertian jual beli berarti para pihak mengadakan perjanjian, di mana satu pihak berjanji untuk menyerahkan suatu barang, sedangkan pihak lain berjanji untuk membayar harganya. Meskipun pada pasal di atas tidak disebutkan berupa harga yang dibayarkan oleh pihak lainnya, namun harus berupa uang, jika berupa barang maka bukan lagi perjanjian jual beli, melainkan tukar-menukar.²³

Menurut Pasal 1458 jual beli dianggap terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.²⁴ Hal ini menunjukkan bahwa perjanjian jual beli tergolong perjanjian konsensual, yakni perjanjian yang lahir sejak tercapainya kesepakatan para pihak.

Perjanjian jual beli yang mengalihkan atau memindahkan hak milik atas suatu barang tersebut, membebani kewajiban kepada penjual untuk menyerahkan barangnya kepada pembeli serta menjamin barang yang dijualnya dari cacat tersembunyi. Penjual bertanggung jawab jika barang yang dijualnya mengandung cacat tersembunyi. Sedangkan menurut Adbulkadir Muhammad Perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak milik atas

²² Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

²³ Ahmadi Miru dan Sakapati, *Hukum Perjanjian Penjelasan Makna Pasal-Pasal Perjanjian Bernama Dalam KUH Perdata*, Sinar Grafika, Ctk. Pertama, Jakarta, 2020, hlm. 5.

²⁴ *Ibid.*

barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga.²⁵

Akibat hukum dari perjanjian jual beli adalah adanya penyerahan hak milik atas barang yang dijual dari penjual kepada pembeli. Pertukaran yang ekuivalen adalah antara benda dan harga dalam bentuk uang. Dari definisi diatas dapat disimpulkan unsur-unsur yang terkandung dalam jual beli adalah:²⁶

- 1) Adanya para pihak, yaitu penjual dan pembeli;
- 2) Ada barang yang ditransaksikan;
- 3) Ada harga;
- 4) Ada pembayaran dalam bentuk uang.

Syarat-syarat sahnya suatu perjanjian jual beli menurut Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu:

- a. Kesepakatan pihak yang mengikatkan diri

Syarat perjanjian dinyatakan sah yang pertama adalah adanya kesepakatan para pihak. Artinya harus ada persetujuan atau kesepakatan para pihak yang membuat perjanjian. Tidak boleh ada paksaan atau tekanan, melainkan perjanjian harus atas dasar kehendak sendiri.²⁷

- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.

²⁵ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, PT Alumni, Bandung, 2010, hlm. 243.

²⁶ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016, hlm. 7.

²⁷ <https://www.hukumonline.com/klinik/a/4-syarat-sah-perjanjian-dan-akibatnya-jika-tak-dipenuhi-cl4141/> diakses terakhir tanggal 13 Juni 2023

Pasal 1329 KUHPerdara mengandung pengertian bahwa pada dasarnya setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan kecuali orang-orang tertentu seperti tersebut dalam Pasal 1330 KUHPerdara yang berbunyi sebagai berikut ini: “Tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:

- a) Anak yang belum dewasa;
- b) Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan;
- c) Orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang, membuat persetujuan tertentu.”

c. Suatu hal tertentu

Menurut Pasal 1234 KUHPerdara, yang dimaksud suatu hal tertentu dalam syarat perjanjian agar dinyatakan sah adalah objek perjanjian yaitu prestasi misalnya memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu.²⁸

d. Suatu sebab yang tidak dilarang (halal)

Suatu perjanjian tanpa sebab atau kausa atau dibuat berdasarkan suatu kausa yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan di mata hukum. Jika tidak dinyatakan suatu kausa diadakannya perjanjian itu, tetapi memang ada kausa yang tidak dilarang, perjanjian itu sah di mata hukum. Menurut Pasal 1335-1337

²⁸ Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

KUHPerdata suatu kausa dinyatakan terlarang jika bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.²⁹

Obyek perjanjian jual beli merupakan barang tertentu yang setidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak milliknya kepada si pembeli, sehingga menjadi sah dalam perjanjian jual beli. Unsur-unsur pokok perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Sesuai dengan asas konsesual yang menjiwai hukum perjanjian hukum perdata, perjanjian jual beli itu sudah tercipta pada saat tercapainya kata sepakat mengenai barang dan harga, maka tercapainya perjanjian jual beli.³⁰

3. Perjanjian Jual Beli Elektronik (*E-Commerce*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.³¹

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

²⁹ Pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

³⁰ <https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/4642/Yosafat%20Harianja.pdf?sequence=1&isAllowed=y> diakses terakhir tanggal 20 Juni 2023 pukul 13.14.

³¹ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV (Cet. 1; Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008). hlm. 589.

suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.³²

Jual beli online adalah praktik jual beli melalui jaringan internet dalam skala nasional, regional benua, maupun ke seluruh penjuru dunia. Dijalankan secara efisien dan masif melalui jaringan internet, praktik ini memudahkan proses transaksi pihak penjual dan pembeli.

Penjual tak perlu bertatap muka dengan pembeli, tidak ada proses menyaksikan-langsung barang yang dijual, serta pembayaran dilakukan melalui pihak ketiga. Meski sekilas dirasa serba abu-abu dari kaca mata rukun dan syarat jual beli yang ada, jual beli online di seluruh dunia terus berkembang pesat dan makin bervariasi baik sistem transaksi maupun jenis barang jualannya.³³

Transaksi jual beli di dunia maya atau *e-commerce* merupakan salah satu produk internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Dalam satu jaringan tersebut terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik.

E-commerce adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan

³² Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik, (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia)*, Nusa Media, Bandung, 2017, hlm. 11.

³³ <https://syariah.uinsaid.ac.id/membincang-jual-beli-online/>, diakses terakhir tanggal 15 Juni 2023.

peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik untuk memperdagangkan barang atau jasa dapat disebut e-commerce.

Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat tiga unsur penting dalam e-commerce, yaitu:³⁴

1. Terjadinya transaksi antara dua pihak atau lebih
2. Transaksi tersebut dilakukan melalui media elektronik.
3. Bertujuan untuk memperdagangkan barang atau jasa.

Jual beli online disebut juga e-commerce. E-commerce adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang mengubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik.³⁵

Adanya E-commerce transaksi jual beli akan lebih mudah. Selain itu, E-commerce juga membawa keuntungan karena tidak harus mendirikan toko atau kantor besar seperti yang dilakukan oleh para pelaku bisnis offline sebagai tempat usaha. Dengan memanfaatkan jaringan internet, sudah bisa memasarkan produk atau jasa kepada konsumen kapanpun dan dimanapun. Dari segi pemasaran barang juga jauh lebih menguntungkan karena tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi untuk melakukan promosi. Hanya dengan menggunakan jaringan internet,

³⁴ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, UIN Maliki Pres, Malang, 2011, hlm. 126.

³⁵ Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-Commerce*, Alex Media computendo, Jakarta, 2000, hlm. 13.

penjual sudah bisa memasarkan produk atau jasa secara meluas ke masyarakat.³⁶

Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik, yaitu: “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”³⁷ Dalam pasal 3 UU ITE disebutkan juga bahwa: “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”³⁸

Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar.

Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya. Adapun yang menjadi subjek jual beli online tidak berbeda dengan jual beli secara

³⁶ Rose Rahmidani, “*Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan*”, Jurnal FH UNP, 2015, hlm. 348.

³⁷ Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

³⁸ Pasal 3 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

konvensional, yaitu pelaku usaha selaku penjual yang menjual barangnya dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang. Penjualan dan pembelian online terkadang hanya dilandasi oleh kepercayaan, pelaku jual beli online kadang tidak jelas sehingga rentan terjadinya penipuan.

Adapun yang menjadi objek jual beli online, yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen, namun barang atau jasa tidak dilihat langsung oleh pembeli selaku subjek jual beli online. Sangat berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli mendapatkan kepastian terkait dengan kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga sangat minim terjadi tindakan penipuan.³⁹

Dalam transaksi jual beli melalui internet, pihak- pihak yang terkait antara lain:⁴⁰

- a. Penjual atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha;
- b. Pembeli atau konsumen, yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha;

³⁹ <http://etheses.iainkediri.ac.id/2085/3/931304411%20-%20BAB%20II.pdf> diakses terakhir tanggal 13 Juni 2023

⁴⁰ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 65.

- c. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara, dalam hal ini adalah bank;
- d. Kurir atau jasa pengiriman yang menjadi salah satu akses pengiriman barang.
- e. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Beberapa tempat yang bisa dijadikan pelaku usaha untuk melakukan jual beli online, yakni:⁴¹

- a. Marketplace

E-commerce atau tempat jual beli online ini mulai mengalami perkembangan. Contoh dari marketplace yang ada di Indonesia adalah BukaLapak.com dan Tokopedia.com. Di marketplace, pelaku usaha bisa menjajakan produk yang dijual dengan mengunggah foto produk dan deskripsi produk yang dijual. Marketplace tersebut telah menyediakan sistem yang tertata sehingga netpreneur hanya perlu menunggu notifikasi jika ada buyer yang melakukan pembelian. Selain itu, marketplace bisa dikategorikan sebagai tempat jual beli yang paling tepat untuk menjajakan produk yang dijual. Alasannya, beberapa marketplace bisa menjamin keamanan dalam bertransaksi secara online.

⁴¹ [Lima Tempat Jualan Online: marketplace, website, weblog, forum, media sosial \(marketing.co.id\)](#) diakses terakhir tanggal 15 maret 2023 pukul 23.20

b. Website

Penjual online bisa membuat situs yang ditujukan khusus untuk berbisnis online. Situs tersebut memiliki alamat atau nama domain yang sesuai dengan nama toko online-nya. Untuk membuat situs dengan nama yang sesuai seperti itu, seller harus membayar biaya hosting. Beberapa penyedia web menawarkan paket-paket situs dengan harga yang berbeda.

c. Webblog

Pelaku usaha yang memiliki budget yang terbatas bisa mengandalkan webblog gratis seperti blogspot atau wordpress. Dengan format blog, pelaku usaha bisa mengatur desain atau foto-foto produk yang ia jual.

d. Media Sosial

Salah satu sarana yang cukup efektif untuk berbisnis online adalah media-media yang menyentuh masyarakat secara personal, yaitu media sosial. Twitter dan Facebook masih menjadi media sosial yang paling diminati untuk berpromosi oleh masyarakat Indonesia.

Di Indonesia ada beberapa jenis transaksi jual beli online yang biasa dilakukan oleh konsumen jual beli online, yakni:⁴²

a. Transfer Antar Bank

⁴² [3 Jenis Transaksi Jual Beli Online Terpopuler Di Indonesia - Commeta](#) diakses terakhir tanggal 16 maret 2023 pukul 20.15

Transaksi dengan cara transfer antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para penjual online. Selain cukup simple, jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penerima dana / penjual. Proses nya adalah pertama pembeli mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang transaksi yang dijanjikan. Kekurangan transaksi antar bank adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tak kunjung diterima.

b. COD (*Cash On Delivery*)

Pada sistem COD sebenarnya masih menganut cara lama yaitu dengan bertemu antara penjual dan pembeli. Keuntungan dari sistem ini adalah antara penjual dan pembeli lebih bisa leluasa dalam proses transaksi.

c. Kartu Kredit

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dana proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan semua tahap transaksi. Akan tetapi karena tidak semua pembeli mempunyai kartu kredit sehingga cara pembayaran ini menjadi pilihan kedua.

d. Rekening Bersama (Rekber)

Jenis transaksi jual beli online yang terakhir adalah dengan menggunakan rekening bersama atau yang juga disebut dengan istilah escrow. Cara pembayaran ini sedikit berbeda dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank, pihak ketiga nya adalah bank, sedangkan dengan sistem Rekber yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak penjual maupun pembeli.

e. Potongan Pulsa

Metode pemotongan pulsa biasanya diterapkan oleh toko online yang menjual produk-produk digital seperti aplikasi, musik, ringtone, dan permainan. Transaksi ini masih didominasi oleh transaksi menggunakan perangkat seluler atau smartphone.

Dalam jual beli online terdapat beberapa kelebihan jual beli online bagi pelaku usaha, yaitu:⁴³

- a. Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya;
- b. Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli online merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet;

⁴³ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2014, hlm. 20.

- c. Modal awal yang diperlukan relatif kecil. Modal yang diperlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis;
- d. Jual beli online dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli ini beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain;
- e. Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar, Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang;
- f. Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlakukan dengan online. Komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen akan menjadi lebih mudah, praktis, dan lebih hemat waktu serta biaya. Banyaknya website yang menyediakan layanan jual beli online memungkinkan untuk dapat mengakses dengan mudah spesifikasi barang yang ingin dibeli;
- g. Meningkatkan efisiensi waktu, terutama jarak dan waktu dalam memberikan layanan kepada konsumen selaku pembeli;
- h. Penghematan dalam berbagai biaya operasional. Beberapa komponen biaya seperti transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan

dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan biaya dalam berbagai komponen tersebut, secara otomatis akan meningkatkan keuntungan;

- i. Pelayanan ke konsumen lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan pelayanannya.

Selain beberapa kelebihan tersebut, jual beli online atau bisnis online ini juga mempunyai kekurangan, yaitu:⁴⁴

- a. Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi online. Masih banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi online, apalagi berkenaan dengan pembayaran. Contohnya konsumen yang memilih datang langsung berbelanja ke toko dibandingkan dengan *online shopping* karena takut terjadinya penipuan;
- b. Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran. Contohnya, banyak pedagang baju dipasar lebih memilih untuk menjual barangnya secara langsung ketimbang menjualnya secara online karena ketidaktahuannya dalam pengoperasian teknologi informasi;
- c. Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik, misalnya pembobolan data

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 20.

oleh para hacker yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.

- d. Adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang belum berpengalaman dalam menggunakan teknologi informasi.
- e. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (server). Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet tidak dapat diakses karena masalah teknis, sehingga kesempatan lewat begitu saja.
- f. Penyebaran reputasi didunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk. Disatu sisi, hal ini bisa berdampak negatif, apalagi digunakan oleh pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab dan bermaksud merusak reputasi seseorang. Tetapi, hal tersebut dapat berdampak positif jika yang disebarakan adalah reputasi baik.

Ruang lingkup *e-commerce* ditinjau dari segi pelaku usaha bisnis, dapat dibedakan menjadi:⁴⁵

- a. *Business to Business* (B2B), yaitu komunikasi bisnis secara online antara para pelaku usaha. Contohnya seperti kerjasama bisnis antara perusahaan penyelenggara jasa layanan jaringan *Internet Service Provider* (ISP) dengan perusahaan produsen lainnya sebagai pengguna (user).

⁴⁵ Burhanuddin, *Op. Cit*, hlm. 130.

- b. *Business to Consumer* (B2C), yaitu transaksi e-commerce yang dilakukan antara pedagang (merchant) dengan konsumen (consumers) secara langsung untuk memenuhi kebutuhan tertentu.
- c. *Consumer to Consumer* (C2C), merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dalam hal ini internet dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang harta, kualitas dan pelayanan suatu produk barang dan/atau jasa.
- d. *Consumer to Business* (C2B), merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual dan melakukan transaksi.
- e. *Non-Business Electronic Commerce*, meliputi kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain.
- f. *Intrabusiness (Organizational Electronic Commerce)*, kegiatan ini meliputi semua aktivitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, dan informasi, menjual produk perusahaan kepada karyawan, dan lain-lain.⁴⁶

4. Wanprestasi dalam Jual Beli

Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat

⁴⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Nusamedia, Bandung, 2017, hlm. 34.

antara kreditur dengan debitur. Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji dapat terjadi baik karena disengaja maupun tidak disengaja.⁴⁷

Menurut Pasal 1236 KUH Perdata Wanprestasi adalah keadaan debitur yang bersalah sehingga tak dapat menyerahkan bendanya ataupun dapat menyerahkan bendanya tetapi dalam keadaan cacat atau penyerahannya terlambat, berkewajiban mengganti kerugian kepada krediturnya.

Wanprestasi terdapat dalam Pasal 1243 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa: “penggantian biaya, rugi dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya”.⁴⁸ Mengenai pengertian wanprestasi, menurut pendapat Ahmadi Miru wanprestasi dapat berupa perbuatan:⁴⁹

1. Sama sekali tidak memenuhi prestasi.
2. Prestasi yang dilakukan tidak sempurna.
3. Terlambat memenuhi prestasi.
4. Melakukan apa yang dalam perjanjian dilarang untuk dilakukan

Menurut pendapat A. Qirom Syamsudin Meliala wanprestasi berupa:⁵⁰

⁴⁷ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007, hlm. 74.

⁴⁸ Ahmadi Miru, Sakka Pati, *Hukum Perikatan*, Rajawali Pers, Jakarta, 2008, hlm. 12.

⁴⁹ Ahmadi Miru, *Op. Cit*, hlm.74.

⁵⁰ A. Qirom Syamsuddin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian*, Liberty, Yogyakarta, 1985, hlm. 26.

- a. Tidak memenuhi prestasi sama sekali. Sehubungan dengan debitur yang tidak memenuhi prestasi maka dikatakan debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali.
- b. Memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktunya. Apabila prestasi debitur masih dapat diharapkan pemenuhannya, maka debitur dianggap memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktu, sehingga dapat dikatakan wanprestasi.
- c. Memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai atau keliru. Debitur yang memenuhi prestasi tapi keliru, apabila prestasi yang keliru tersebut tidak dapat diperbaiki lagi maka debitur dikatakan tidak memenuhi prestasi sama sekali.

Wanprestasi terjadi dikarenakan adanya 2 (dua) kemungkinan yaitu:

1. Keadaan memaksa (*overmacht* / *force majeure*).

Overmacht adalah suatu keadaan yang “memaksa”. *Overmacht* menjadi landasan hukum yang “memaafkan” debitur menanggung akibat dan resiko perjanjian.

2. Karena kesalahan debitur, baik karena kesengajaan maupun lalai.

Kesalahan yang dimaksud adalah kesalahan yang menimbulkan kerugian. Dikatakan orang mempunyai kesalahan dalam peristiwa tertentu kalau ia sebenarnya dapat menghindari terjadinya peristiwa yang merugikan itu baik dengan tidak berbuat atau berbuat lain dan timbulnya kerugian itu dapat dipersalahkan kepadanya. Dimana tentu

kesemuanya dengan memperhitungkan keadaan dan suasana pada saat peristiwa itu terjadi.

Sri Soedewi Masyehoen Sofwan mengemukakan bahwa debitur dinyatakan wanprestasi apabila memenuhi 3 (tiga) unsur, yaitu:⁵¹

- 1) Perbuatan yang dilakukan debitur tersebut dalam disesalkan.
- 2) Akibatnya dapat diduga lebih dahulu baik dalam arti yang objektif yaitu orang yang normal dapat menduga bahwa keadaan itu akan timbul. Maupun dalam arti yang subjektif, yaitu sebagai orang yang ahli dapat menduga keadaan demikian akan timbul.
- 3) Dapat diminta untuk mempertanggung jawabkan perbuatannya, artinya bukan orang gila atau lemah ingatan.

B. Kajian Teori tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Konsumen umumnya berada pada posisi yang lebih lemah dalam hubungannya dengan pengusaha, baik secara ekonomis, tingkat pendidikan, maupun kemampuan atau daya bersaing/daya tawar. Konsumen secara harfiah adalah “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu”.⁵²

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata consumer (Inggris-Amerika), atau consumenten/konsument (Belanda). Secara harfiah arti kata

⁵¹ Sri Soedewi Masyehoen Sofwan, *Hukum Acara Perdata Indonesia dalam Teori dan Praktek*, Liberty, Yogyakarta, 1981, hlm. 15.

⁵² Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen Aspek Substansi Hukum, Struktur Hukum dan Kultur Hukum Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2014, hlm. 8.

consumer itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Pengertian konsumen menurut Philip Kotler adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.⁵³

Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan atau jasa untuk tujuan tertentu. Subjek yang disebut sebagai konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan jasa.⁵⁴

AZ. Nasution mengemukakan bahwa orang yang dimaksudkan adalah orang alami bukan badan hukum. Sebab yang memakai menggunakan dan atau memanfaatkan barang dan atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak diperdagangkan hanyalah manusia.⁵⁵

Konsumen adalah setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu barang dan/atau jasa karena adanya suatu kebutuhan yang melekat, baik dipakai untuk pemakaian akhir maupun proses produksi selanjutnya. Sementara itu menurut Pasal 1 UUPK, yang dimaksud konsumen adalah, “Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”.

⁵³ Philip Kotler, *Principles of Marketing*, Erlangga, Jakarta, 2000, hlm. 166.

⁵⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen, kajian teoretis dan perkembangan pemikiran*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 8.

⁵⁵ AZ. Nasution, *Perlindungan Hukum Konsumen*, Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999-LN 1999 No. 42, Makalah Disampaikan Pada Diklat Mahkamah Agung, Batu Malang, 14 Mei 2001.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan diatas, Konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasan, yakni:⁵⁶

- 1) Konsumen komersial (commercial consumer) adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- 2) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan kembali (tujuan komersial).
- 3) Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).

Adapun yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan (Pasal 1 UU No. 8 Tahun 1999). Sementara itu menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen

⁵⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Ketiga, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm. 25.

dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.⁵⁷ Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.⁵⁸

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki payung hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disingkat dengan UUPK “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Az. Nasution mengemukakan bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Selain itu Inosentius Samsul juga berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan serta putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.

⁵⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen, ctk pertama*, Kencana, Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm 21.

⁵⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan pertama, Penerbit PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 7-9.

Tujuan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 3 UUPK, diantaranya :⁵⁹

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

2. Asas Perlindungan Konsumen

Asas tentang perlindungan konsumen diatur pada pasal 2 UUPK yaitu:

⁵⁹ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- a. Asas manfaat. Asas ini mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi untuk memberikan perlindungan kepada masing-masing pihak yaitu kepada produsen dan konsumen apa yang menjadi haknya dan berada pada posisi sejajar.
- b. Asas keadilan. Maksud daripada asas ini agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan dapat memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha dan konsumen dapat berlaku adil dalam memperoleh hak dan melaksanakan kewajibannya.
- c. Asas keseimbangan. Asas ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah baik materil atau spiritual. Asas ini menghendaki agar kepentingan konsumen, produsen dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen. Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada

konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi atau dipakai, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya.

- e. Asas kepastian hukum. Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum. Asas ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam UUPK ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan, oleh karena itu negara bertugas dan menjamin terlaksananya UUPK sebagaimana mestinya.

Pasal 19 UUPK mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha yang berbunyi sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan

- kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
 - d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
 - e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

I. Pengertian, Hak dan Kewajiban Konsumen

Menurut Pasal 1 ayat 2 UUPK pengertian konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Penjelasan dari pasal 1 ayat 2 UUPK tentang pengertian konsumen berdasarkan unsur-unsurnya adalah:⁶⁰

- a. Setiap orang; Subjek yang disebut sebagai konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah "orang" disini tidak dibedakan apakah orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum

⁶⁰ Aulia Muthiah, *Op. Cit*, hlm 52.

(*rechtspersoon*). Oleh karena itu, yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

- b. Pemakai; berdasarkan konsep dari pasal 1 ayat 2 UUPK kata pemakai menekankan pada konsumen akhir (*ultimate consumer*), Istilah pemakai dalam hal ini dapat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan barang/jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli, sehingga sebagai konsumen tidak selalu harus terjalin kontraktual jual beli antara konsumen dengan pelaku usaha. yang dimaksud dengan pemakai pada UUPK ini adalah pihak yang mengonsumsi langsung barang/jasa baik itu orang/badan hukum. Pemakai ini juga berkaitan dengan konsep produk dapat dipakai oleh diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup yang lain.
- c. Barang dan/atau Jasa; Mengenai istilah ini dapat digunakan dengan sebutan produk, karena saat ini yang dimaksud dengan produk itu sendiri bermakna barang/jasa. UUPK mengartikan barang sebagai sebagai benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, benda yang dapat dihabiskan maupun yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan konsumen.

- d. Tersedia dalam Masyarakat; Dalam perdagangan saat ini syarat ini tidak mutlak lagi dituntut oleh konsumen, karena beberapa produk yang tidak dapat dihadirkan di tengah-tengah konsumen pada saat transaksi berlangsung, seperti pada perusahaan pengembang (developer). Perusahaan ini sudah terbiasa mengadakan transaksi terlebih dahulu sebelum bangunan yang dipesan tadi. Jadi pada transaksi perdagangan saat keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diutamakan.
- e. Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, MakhluK Hidup Lain Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekadar ditujukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan.
- f. Tidak untuk diperdagangkan; UUPK memberikan ketegasan yang dimaksud konsumen yang akan dilindungi adalah konsumen akhir yaitu yang langsung mengonsumsi barang atau jasa. Hal ini bertujuan untuk mempersempit cakupan konsumen, namun hal ini dirasa tidak adil karena bisa saja produk itu merugikan beberapa pihak selain konsumen akhir.

Pasal 4 UUPK mengatur tentang hak konsumen yang berbunyi sebagai berikut:

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

Kewajiban Konsumen diatur dalam pasal 5 UUPK yang berbunyi sebagai berikut:

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

J. Pengertian, Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen 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.⁶¹

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut dapat dijabarkan menjadi beberapa unsur/syarat, yaitu:⁶²

1. Bentuk atau wujud dari pelaku usaha adalah:

⁶¹ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁶² Wibowo T. Tunardy, "Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha", terdapat dalam [Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha - Jurnal Hukum](#) diakses terakhir tanggal 16 maret 2023 pukul 15.32.

- a) Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri.
- b) Badan usaha, adalah kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan kedalam dua kategori, yaitu:
 - Badan hukum, misalnya perseroan terbatas
 - Bukan badan hukum, misalnya firma atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha secara insidentill.

Badan usaha tersebut harus memenuhi salah satu kriteria berikut:

- Didirikan dan berkedudukan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia.
- Melakukan kegiatan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

Perbedaan antara didirikan, berkedudukan dan melakukan kegiatan adalah didirikan erat kaitannya dengan badan hukum, misalnya perseroan terbatas yang berdasarkan anggaran dasarnya didirikan di Indonesia, sedangkan berkedudukan cakupannya lebih luas dari didirikan. Istilah berkedudukan tidak hanya melekat pada badan hukum, melainkan juga pada non badan hukum, baik individu maupun sekelompok orang. Keterangan mengenai tempat kedudukan dapat ditemukan di tanda pengenal seperti KTP atau surat izin praktek.

2. Kegiatan usaha tersebut harus didasarkan pada perjanjian

3. Di dalam berbagai bidang ekonomi. Pengertian ini sangat luas, bukan hanya pada bidang produksi.

Melalui penjabaran unsur/syarat pelaku usaha tersebut kita dapat melihat bahwa pengertian pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen sangat luas. Pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen bukan hanya produsen, melainkan hingga pihak terakhir yang menjadi perantara antara produsen dan konsumen, seperti agen, distributor dan pengecer atau yang sering disebut konsumen perantara.

Seperti halnya konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban. Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen. Hak pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:⁶³

1. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

⁶³ Gunawan Widjaja, Ahmad Yani, *Hukum tentang perlindungan konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 33.

4. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

5. Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Secara umum, prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (faultliability atau liability based on fault) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat diinintakan pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 KUH Perdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:⁶⁴

1. Adanya perbuatan
2. Adanya unsur kesalahan
3. Adanya kerugian yang diderita
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

⁶⁴ Andi Sri Rezeky dan Nurdiyana Tadjuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2018, hlm. 41.

b. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawaban *presumption of liability principle*, sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat.⁶⁵

c. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini adalah kebalikan dan prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption Non liability principle*) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara common sense dapat dibenarkan.⁶⁶

d. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Meskipun demikian, pada dasarnya *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan karena:⁶⁷

- 1) Konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks.

⁶⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 60.

⁶⁶ Andi Sri Rezeky dan Nurdiyana Tadjuddin, *Op. Cit*, hlm. 44.

⁶⁷ *Ibid*, hlm. 44.

- 2) Produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya.
- 3) Asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati.

e. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan

Tanggung jawab dengan pembatasan (limitation of liability principle) sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Dalam perjanjian cuci cetak film misalnya, ditentukan bila film yang ingin dicuci/cetak itu hilang atau rusak termasuk akibat kesalahan petugas), maka konsumen hanya dibatasi ganti kerugiannya sebesar sepuluh kali harga satu rol film baru.⁶⁸

Dalam Pasal 19 UUPK mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha yang berbunyi sebagai berikut:⁶⁹

- a. pelaku usaha bertanggung jawab memberi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- b. ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

⁶⁸ *Ibid*, hlm. 45.

⁶⁹ Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

- c. pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
- d. pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
- e. ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

6. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam

Allah SWT berfirman dalam Qs. Surah al-maidah Ayat 67

يَعِصْمُكَ ۗ وَاللَّهُ رِسَالَتَهُ بَلَّغْتَ فَمَا تَفْعَلُ لَمْ ۗ وَإِنْ رَبُّكَ مِنْ إِلَيْكَ أَنْزَلَ مَا بَلَّغَ الرَّسُولُ بَيِّنَاتٍ ۗ
الْكَافِرِينَ الْقَوْمَ يَهْدِي لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ إِنَّ النَّاسَ مِنْ

Artinya: Wahai Rasul! Sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu. Jika tidak engkau lakukan (apa yang diperintahkan itu) berarti engkau tidak menyampaikan amanat-Nya. Dan Allah memelihara engkau dari (gangguan) manusia. Sungguh, Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang kafir. (Qs. Al-Maidah : 67)

Ayat ini berbicara tentang perlindungan yang diberikan Allah kepada mereka yang menyampaikan ajaran agama Allah, untuk merealisasikan kemashlahatan manusia dengan menjamin kebutuhan.⁷⁰ Maqasid al-shariah adalah dua kata yang terdiri dari maqasid dan al-shariah. Maqasid

⁷⁰ <https://www.merdeka.com/quran/al-maidah/ayat-67> diakses terakhir tanggal 5 maret 2023 pukul 21.22

merupakan bentuk jamak dari kata maqsid yang berarti “tempat yang dituju atau dimaksudkan” atau maqсад yang berarti “tujuan atau arah”⁷¹

Kata al-sharī‘ah secara etimologi adalah “agama, millah, metode, jalan, dan sunnah”. Secara terminologi “aturan-aturan yang telah disyariatkan Allah berkaitan dengan akidah dan hukum-hukum amal perbuatan (‘amalīyah)”. Kata al-sharī‘ah juga diartikan “sejumlah atau sekumpulan hukum-hukum amal perbuatan yang terkandung dalam Islam. Islam, melalui al-Qur’an dan sunnah mengajarkan tentang akidah dan legislasi hukum (tashrī’iyan ‘imliyan).⁷²

Pengertian maqāṣid al-sharī‘ah adalah tujuan, target atau hasil akhir berupa kemaslahatan hakiki dengan ditetapkannya hukum pada manusia. Pengertian lainnya maqāṣid al-sharī‘ah adalah tujuan akhir dan rahasia bahkan nilai atau norma serta makna-makna ditetapkannya sebuah hukum.⁷³ Tujuan hukum Islam pada perlindungan atas konsumen merupakan hal yang sangat penting. Islam melihat sebuah perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan saja melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT.

Dalam konsep hukum Islam perlindungan atas tubuh berkait dengan hubungan vertical (manusia dengan Allah) dan horizontal (sesama manusia). Islam sangat memperhatikan kehati-hatian terhadap konsumsi

⁷¹ Abdul Helim, *MAQĀṢID AL-SHARĪ‘AH versus UṢŪL AL-FIQH*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2019, hlm. 7

⁷² *Ibid*, hlm. 8.

⁷³ *Ibid*, hlm. 9.

suatu barang dan jasa, karena memperhatikan kepada aspek keselamatan konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa.⁷⁴

Perlindungan konsumen harus sesuai dengan konsep kemashlahatan, yaitu asas al-dharuriy yaitu faktor dasar yang harus ada pada manusia agar terbentuknya kemashlahatan yang hakiki bagi manusia. Asas ini berhubungan erat dengan pelaksanaan kaidah Islam, yaitu:⁷⁵

1. Ad-Dhien, yaitu memelihara kemashlahatan agama
2. An-Nafs, yaitu asas pemeliharaan dan penjagaan jiwa
3. An-Nasb, yaitu menjaga dan memelihara kehormatan dan keturunan
4. Al-Aql, yaitu menjaga dan memelihara kejernihan akal pikiran
5. Al-Mal, yaitu menjaga dan memelihara harta benda

Berdasarkan 5 kaidah tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepentingan konsumen tidak boleh diabaikan begitu saja, namun harus diperhatikan agar kepentingan konsumen dapat terlindungi dengan baik. Kemashlahatan yang dikehendaki adalah kemashlahatan untuk semua pihak baik untuk penyedia jasa maupun konsumen.

Tujuan maqāṣid al-sharī'ah ini terbagi kepada dua macam yaitu maqāṣid al-Shāri' dan maqāṣid al-mukallaf.

- a. Maqāṣid al-Shāri' Maqāṣid al-Shāri' ini adalah maksud-maksud yang dikehendaki oleh pembuat hukum (Allah; al-Shāri') dengan ditetapkannya suatu aturan hukum. Maksud ini terkandung ke dalam empat macam yakni:

⁷⁴ *Ibid*, hlm. 10.

⁷⁵ Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam*, Logos Wacana Ilmu, Jakarta, 1999, hlm.

- 1) Setiap aturan hukum yang ditetapkan kepada subjek hukum (manusia; mukallaf) adalah untuk kemaslahatan mereka sendiri baik kemaslahatan di dunia atau pun di akhirat; tanpa ada perbedaan di antara keduanya.
 - 2) Suatu aturan hukum yang ditetapkan mesti dapat dipahami oleh subjek hukum (manusia; mukallaf).
 - 3) Suatu aturan hukum tersebut mesti pula dilaksanakan oleh subjek hukum (manusia; mukallaf) karena aturan hukum tersebut merupakan taklīf (kewajiban) bagi manusia.
 - 4) Semua itu tidak lain agar subjek hukum (manusia; mukallaf) berada di bawah naungan hukum Allah (al-Shāri').⁷⁶
- b. Maqāṣid al-Mukallaf Maqāṣid al-Mukallaf adalah maksud-maksud yang diinginkan oleh pelaku hukum (manusia; mukallaf) dalam setiap hal di kehidupannya baik terkait dengan itikad, perkataan atau perbuatan. Dari semua itu dapat dibedakan antara perbuatan yang baik dan buruk, antara kehidupan ibadah dengan sosialnya, baik dalam kehidupan beragama atau pun dalam bernegara yang semuanya dilihat apakah bersesuaian atau bertentangan dengan maqāṣid alsharī'ah.⁷⁷

Penerapan prinsip syariah secara utuh dan lengkap dalam kegiatan ekonomi berdasarkan pada landasan-landasan yang sesuai dengan ajaran Islam. Landasan-landasan tersebut berasal dari al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW, ataupun dari hasil ijtihad para ahli hukum Islam.

⁷⁶ Abdul Helim, *Op.Cit*, hlm. 19.

⁷⁷ *Ibid*, hlm. 20.

Dalam kaidah bahasa Arab, istilah jual beli secara umum dikenal dengan nama al-bay' yang merupakan bentuk isim mashdar dari fi'il madli باع yang bermakna menjual. Sementara itu, kata membeli sebenarnya memiliki kosa kata tersendiri yaitu kata syara-a yang merupakan bentuk isim mashdar dari fi'il madli (شرا) (Munawir, 1997). Namun walaupun demikian, kata البايع Sesungguhnya merupakan kata yang telah mencakup kedua makna tersebut, yaitu mengandung makna menjual dan membeli, atau dengan kata lain, kata al-bay' selain bermakna menjual juga bermakna membeli sekaligus.⁷⁸

Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu. *E-commerce* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Dari perkembangan bentuk transaksi jual beli dan pemasaran itulah kemudian sekarang kita mengenal istilah online shop.

Untuk menjaga keseimbangan dan memberikan keadilan kepada para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi, Islam melarang beberapa bentuk transaksi dan sangat dibenci oleh Rasulullah SAW, yaitu:⁷⁹

⁷⁸ Misbahul Ulum, "Prinsip-prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia", Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, 2020, hlm. 52.

⁷⁹ Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", Jurnal IUS, Vol. 3 No. 9, 2015, hlm. 533.

- b. Talaqqi rukban Talaqqi rukban, adalah mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar;
- c. Perdagangan yang menipu (bai'al gharar), dalam Islam sangat menentang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam menuntut suatu perdagangan dilakukan dengan jujur, adil, dan amanah. Rasulullah SAW bersabda, "barang siapa yang melakukan penipuan maka dia bukanlah dari golongan kami";
- d. Memperdagangkan barang haram, Produk haram, adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-quran dan Sunnah;
- e. Perdagangan secara riba Riba, merupakan pengambilan tambahan dalam transaksi bisnis, baik dalam bentuk jual beli maupun simpan pinjam secara zalim dan menyimpang dari prinsip muamalah yang Islami;
- f. Persekongkolan (bai'al najasy) Bai'al najasy, merupakan praktik berbisnis dimana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar dengan harga tinggi disertai dengan pujian kualitas secara tidak wajar, tujuan hal tersebut untuk menaikkan harga barang;
- g. Monopoli serta persaingan usaha tidak sehat;
- h. Penimbunan barang (ikhtikaar), Islam sangat membenci dan melarang ikhtikar, karena khtikar dapat merusak tatanan ekonomi masyarakat dan mengandung kemudharatan bagi manusia.

BAB III

PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI TIKTOKSHOP

A. Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online melalui Tiktokshop

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju membuat perubahan kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi jual beli. Bisnis yang menggunakan media elektronik untuk mempertemukan konsumen dan pelaku usaha dalam proses jual beli barang dinamakan jual beli online, yang mana memiliki kelebihan serta kelemahan. Perkembangan transaksi jual beli di Indonesia perlu diimbangi dengan aturan yang jelas terhadap pelaksanaan tersebut. Konsumen dalam hal ini memerlukan perlindungan guna melindungi hak-hak konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan aturan yang memuat asas-asas atau kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.⁸⁰ Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan sebuah perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk dapat memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen dari berbagai macam permasalahan ataupun sengketa konsumen karena merasa dirugikan oleh pelaku usaha.⁸¹ Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan karena posisi konsumen

⁸⁰ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, ctk. Pertama, Daya Widya, Jakarta, 1999.

⁸¹ Eli Wuria Dewi, *Op. Cit*, hlm. 4.

yang lemah, maka dari itu konsumen perlu mendapatkan perlindungan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan.

Pasal 1457 KUHPerdara menjelaskan bahwa perjanjian jual beli merupakan perjanjian antara penjual dan pembeli yang mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu. Berdasarkan pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdara tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik, yang mana pihak penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik suatu barang dan pihak pembeli berjanji untuk membayar sejumlah uang sebagai imbalan.

Pasal 1458 menyebutkan bahwa jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah para pihak mencapai kesepakatan tentang barang dan harga, walaupun barang tersebut belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.⁸² Jual beli merupakan suatu perjanjian, maka dari itu syarat sah jual beli sama dengan syarat sah perjanjian. Pasal 1320 KUHPerdara menentukan adanya 4 (empat) syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu:

1. Adanya kesepakatan antara kedua belah pihak yang melakukan jual beli melalui tiktokshop;

⁸² R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 2.

2. Adanya kecakapan para pihak dimana para pihak tersebut berwenang untuk melaksanakan perjanjian (bukan anak dibawah umur dan bukan dibawah pengampuan);
3. Adanya objek atau hal tertentu yakni menjelaskan produk apa yang dijual, cpembayaran, serta hal-hal lain yang disepakati;
4. Suatu sebab (kausa) yang halal.

Kontrak elektronik dijelaskan dalam Pasal 1 angka 17 UU ITE yakni perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik. Sedangkan sistem elektronik merupakan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan atau menyebarkan Informasi Elektronik. Pelaku usaha yang menawarkan barang dan jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar.

Kontrak elektronik yang merupakan dasar dari transaksi elektronik juga dianggap sah apabila terdapat kesepakatan para pihak; dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; terdapat hal tertentu; dan objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Hal tersebut sesuai dengan syarat sah perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Dengan aturan ini, jika terjadi kasus di mana barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan deskripsi dalam iklan di toko *online*, maka pembeli memiliki hak untuk mengajukan gugatan

perdata terhadap penjual atau pelaku usaha. Gugatan ini didasarkan pada cedera janji dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual.

Penyelenggaraan transaksi elektronik dalam PSE lingkup privat meliputi transaksi elektronik antara pelaku usaha, antara pelaku usaha dengan konsumen, dan antarpribadi. Transaksi elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak. Kontrak elektronik setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut, data identitas para pihak, objek dan spesifikasi, persyaratan transaksi elektronik, harga dan biaya, prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak, ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi, dan pilihan hukum penyelesaian transaksi elektronik.

Aplikasi Tiktok dibuat pada tahun 2016 di China. Tiktok mulai masuk di Indonesia pada tahun 2018. Tiktok menambah fitur baru yaitu fitur Tiktok shop, yang mana konsumen bisa berbelanja di *e-commerce* melalui aplikasi Tiktok. Fitur berbelanja ini telah dirilis sejak tanggal 17 April 2021 secara resmi oleh Tiktok Indonesia, fitur ini juga bisa disebut sebagai fitur *social commerce* yang inovatif untuk memudahkan menjangkau pembeli yang didukung oleh sistem rekomendasi serta konten unik dari Tiktok, sehingga Tiktok Shop menghadirkan sarana perpaduan antara hiburan dan bisnis.⁸³

⁸³ <https://etd.umm.ac.id/id/eprint/1271/4/BAB%20I.pdf> diakses terakhir tanggal 18 Juni 2023 pukul 17.12.

Ketentuan umum yang dimiliki platform tiktokshop yakni: ⁸⁴

1. Tampilan Informasi Palsu

- a) Semua deskripsi produk (daftar) dan media terkait harus sesuai dengan produk aktual yang dijual.
- b) Semua deskripsi produk tidak boleh menyesatkan baik melalui pernyataan maupun penghapusan informasi.
- c) Penjual dilarang menampilkan informasi yang menyesatkan, seperti harga atau diskon, gambar, nama merek, deskripsi, atribut, model, atribut penjualan, garansi produk, atau jaminan yang tidak sesuai.
- d) Semua atribut produk yang disediakan oleh penjual harus lengkap, akurat, dan sesuai dengan deskripsi, nama, dan gambar produk pada laman daftar TikTok Shop. Semua deskripsi dan atribut produk juga harus sesuai dengan produk yang akan diterima pelanggan.
- e) Penjual tidak boleh menampilkan informasi palsu terkait layanan yang memfasilitasi penjualan produk (termasuk, namun tidak terbatas pada layanan pengiriman dan logistik, layanan pengembalian barang dan pengembalian dana, serta layanan pelanggan).
- f) Penjual tidak boleh menampilkan informasi menyesatkan terkait diri mereka sendiri (misalnya, karakteristik Penjual atau kepemilikan hak kekayaan intelektual).

Transaksi elektronik menciptakan resiko negatif yang seringkali muncul dalam bentuk penyelewengan-penyelewengan yang cenderung merugikan

⁸⁴ https://seller-id.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=7753801411282690&identity=1 diakses terakhir tanggal 20 Juli 2023, Pukul 23.30.

konsumen dalam melakukan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Diantaranya dalam hal yang terkait dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.⁸⁵

Transaksi perdagangan dengan menggunakan elektronik merupakan suatu model kontrak yang sama dengan kontrak jual beli konvensional yang dilakukan oleh masyarakat. Perjanjian harus memiliki suatu prestasi yakni sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak yang telah mengikatkan diri. Dalam Pasal 1234 KUH Perdata, perjanjian menyebutkan bahwa prestasi adalah:

1. Memberikan sesuatu;
2. Berbuat sesuatu;
3. Tidak berbuat sesuatu.

Prestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen yakni pelaku usaha di tiktok shop berkewajiban untuk memberikan sesuatu yaitu mengirimkan barang ke sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan serta bertanggung jawab terhadap barang yang telah dikirimkan sesuai dengan keterangan yang ada pada *online store*, sedangkan konsumen berkewajiban memberikan sesuatu yakni membayar barang yang telah dibeli di *online store*.

Namun pada realitanya, pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya dengan tidak memperhatikan kewajibannya sehingga melanggar

⁸⁵ *Ibid*, hlm. 29.

hak konsumen. Adapun contoh kasus yang penulis temukan pada *channel youtube* yang hasilnya sebagai berikut: Konsumen pertama, yakni membeli produk di tiktok shop tidak sesuai dengan apa yang telah dipesan. Konsumen tersebut membeli produk *body lotion* dengan ukuran *full size* sejumlah 5 pcs dengan harga sekitar 50.0000 namun pesanan yang sampai bukan ukuran *full size*, melainkan ukuran mini 30 ml. dalam keterangan produk tersebut tertulis bahwa produk berukuran full size dengan harga promo, akan tetapi pesanan yang datang tidak sesuai dengan keterangan produk yang telah dicantumkan. Selanjutnya yakni konsumen kedua membeli produk jam tangan dengan harga 500.000, namun pesanan yang sampai tidak sesuai dengan pesanan. Dalam deskripsi produk, penjual mencantumkan keterangan bahwa jam tangan tersebut adalah jam tangan original, namun barang yang sampai merupakan jam tangan yang tidak original (kw). Demikian juga konsumen ketiga, yakni membeli produk tidak sesuai dengan apa yang telah dideskripsikan pada toko online tersebut. Konsumen tersebut membeli baju dengan harga 700.000 yang berisikan 35 baju, namun pesanan yang sampai hanya 3 baju saja, tidak sesuai dengan apa yang telah ditulis pada keterangan produk tersebut.⁸⁶ Barang yang dikirimkan oleh para penjual tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan memberikan kerugian secara materiil kepada konsumen yang telah membeli barang tersebut, yang mana konsumen tersebut

⁸⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=cztLqTqGLw>. Diakses terakhir tanggal 20 Mei 2023

mengharapkan barang yang dibeli sesuai dengan keterangan yang telah dilampirkan pada deskripsi di toko online tersebut.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁸⁷ Dalam hal memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, perlu diperhatikan beberapa hal sebagai berikut:⁸⁸

1. Pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur kepada konsumen berkaitan dengan produk yang ditawarkan;
2. Perlindungan bagi konsumen dari segala tindakan pelaku usaha lainnya yang menawarkan produk melalui cara-cara yang tidak benar atau menyesatkan;
3. Perlindungan untuk dapat memperoleh barang sesuai dengan yang dijanjikan atau ditawarkan;
4. Perlindungan bagi konsumen untuk memperoleh kompensasi atau ganti rugi akibat produk yang digunakan atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
5. Perlindungan untuk memperoleh produk sesuai dengan apa yang dijanjikan atau ditawarkan;
6. Apabila dalam kontrak tercantum klausul pembebasan tanggung jawab pelaku usaha, maka klausul tersebut harus diinformasikan secara jelas dan mudah dilihat;

⁸⁷ Rosmawati, *Op. Cit*, hlm. 6.

⁸⁸ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Bandung, 2004, hlm. 16.

7. Pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan perhatian khusus dalam hal promosi atau iklan dan pemasaran terhadap konsumen dalam hal promosi atau iklan dan pemasaran terhadap konsumen anak-anak, orang tua, dan pihak lain yang tidak mampu mengerti secara penuh atas informasi yang diberikan.

Berdasarkan kasus tersebut dapat diketahui bahwa ketiga konsumen telah memenuhi kewajiban mereka dalam perjanjian jual beli online dengan itikad baik, namun mereka belum menerima perlindungan hukum yang sesuai dari pihak penjual. Ketiga konsumen tersebut telah melakukan pembayaran untuk barang yang dipesan pada awal perjanjian, menunjukkan bahwa mereka telah memenuhi kewajiban mereka. Perbuatan konsumen tersebut telah sesuai dengan prinsip yang dinyatakan dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, bahwa setiap perjanjian harus dijalankan dengan niat baik.

Ketidaksesuaian barang yang diterima oleh ketiga konsumen terhadap barang yang tertera dalam foto/keterangan penawaran produk merupakan bentuk pelanggaran atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang. Kegiatan pelaku usaha dalam jual beli dalam transaksi online tersebut melanggar beberapa hak konsumen sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 4 UUPK yaitu:

Pasal 4 huruf a menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Dalam kasus tersebut konsumen tidak mendapatkan barang sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan/dicantumkan dalam keterangan

jual beli produk tersebut sehingga telah mengganggu kenyamanan dan merugikan bagi konsumen jual beli online.

Pasal 4 huruf c menjelaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur, berkaitan dengan barang yang dikirim tidak sesuai, tidak adanya informasi yang jelas yang didapatkan oleh konsumen. Kemudian Pasal 4 huruf e yang menjelaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Demikian juga Pasal 4 huruf h yang menjelaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, namun sebagian konsumen belum mengetahui hak ini. Dengan demikian tidak benarnya kondisi barang yang dijanjikan serta tidak benar dan jujurnya informasi mengenai barang yang dikirimkan.

Pelaku usaha pada ketentuan Pasal 7 huruf g UUPK wajib memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Berdasarkan uraian diatas, pelaku usaha mengirimkan barang tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan karena pelaku usaha tidak memberikan informasi yang jujur kepada konsumen, sehingga hal tersebut bertentangan dengan kewajiban pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 7 Huruf b UUPK. Jika pihak pelaku usaha yakni penjual tidak bertanggungjawab atas kerugian dalam transaksi jual beli online tersebut, maka pembeli selaku konsumen dapat menempuh

jalur hukum sebagaimana yang tercantum dalam ketentuan Pasal 38 dan Pasal 39 UUIITE.

Dalam ketentuannya, tiktokshop menjelaskan kewajiban kepada pelaku usaha yakni:

1. Representasi produk yang akurat melalui deskripsi dan media diperlukan, dan setiap informasi yang menyesatkan, baik melalui pernyataan atau kelalaian, dilarang.
2. Penjual dilarang memberikan informasi yang menyesatkan tentang deskripsi produk, media, layanan, kepemilikan kekayaan intelektual, dan layanan terkait seperti pengiriman, logistik, pengembalian, pengembalian dana, dan layanan pelanggan.
3. Penjual harus konsisten dan akurat dengan harga, diskon, gambar, nama merek, deskripsi, atribut, model, atribut penjualan, dan garansi/jaminan produk.
4. Atribut produk harus lengkap, akurat, dan konsisten dengan nama, deskripsi, dan gambar produk pada halaman daftar.
5. Daftar produk tidak boleh menggunakan deskripsi yang berlebihan atau membuat klaim ajaib.
6. Penjual dilarang memberikan klaim/janji seperti berikut:
 - a. Klaim sebagai "Produk nomor 1"
 - b. "...terbaik", "...pertama", "satu-satunya...", atau yang serupa

- c. Klaim obat ajaib yang berlebihan, kemampuan untuk menyembuhkan kondisi medis, atau janji hasil kosmetik yang tidak dapat diverifikasi
- d. Klaim efek instan atau hasil yang berlebihan dalam batas waktu yang ditentukan.

Berdasarkan buku Hukum Perjanjian milik Prof. R. Subekti, S.H., wanprestasi ialah semacam kelalaian yang bisa mengambil empat bentuk yang berbeda, yakni:

- a. Tidak memenuhi janji.
- b. Memenuhi janji, tapi tidak seperti yang dijanjikan.
- c. Memenuhi janji, tapi terlambat.
- d. Terlibat dalam perilaku yang secara tegas dilarang berdasarkan perjanjian.

Apabila satu diantara empat jenis kondisi itu dilakukan, maka apabila dilihat secara perdata, konsumen yakni pengguna Tiktokshop dapat menuntut pelaku usaha menggunakan dalih wanprestasi yakni barang yang diterima tidak sesuai seperti barang yang dicontohkan.

Tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui Tiktok Shop dalam produk yang tidak sesuai dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Kerugian tersebut dapat bersifat materiil dan immateriil. Kerugian materiil yakni penggantian kerugian yang dihitung serta dinominalkan seperti digantikannya barang, uang biaya maupun yang lainnya. Sedangkan kerugian immateriil adalah penggantian kerugian yang tidak bisa dinominalkan seperti kekecawaan, trauma, ketakutan dan sebagainya.

Konsumen yang mengalami kerugian terjadi karena tidak bertemunya secara langsung dengan pelaku usaha ketika melakukan pembelian barang di TikTok Shop yang beresiko barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan kualitas dari barang yang di promosikan sehingga barang tersebut tidak sesuai ekspektasi konsumen. Hal ini menjadikan perlindungan hukum bagi konsumen perlu diperhatikan secara baik. Perlindungan konsumen sebagai istilah yang dijadikan perlindungan hukum bagi konsumen pada usahanya agar kebutuhannya terpenuhi dari hal-hal yang menciptakan kerugian terhadap konsumen. Harapan yang ingin dicapai pada perlindungan bagi konsumen yaitu terciptanya rasa aman terhadap konsumen ketika memenuhi kebutuhan hidup.

Dalam hukum Perdata Pelaku usaha memiliki tanggung jawab terhadap produk yang dijual kepada konsumen. Pasal 1365 KUHPerdata menegaskan kewajiban penggantian kerugian jika terjadi pelanggaran hukum yang merugikan pihak lain. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar dan jelas terkait kondisi barang. Ketika konsumen mengalami kerugian akibat kesalahan pelaku usaha, mereka dapat menuntut ganti rugi melalui pengadilan. Pasal 19 UUPK menetapkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerusakan atau kerugian konsumen akibat produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang.

Batasan waktu dalam Pasal 19 ayat (3) UUPK, yang membatasi pengajuan ganti rugi dalam 7 hari setelah transaksi, dapat menjadi kendala

bagi konsumen. Sebaiknya, waktu tersebut seharusnya diatur setelah terjadinya kerugian, agar konsumen memiliki kesempatan yang adil untuk mengajukan tuntutan ganti rugi. Secara substansi, perbedaan antara Pasal 19 UUPK dan Pasal 1246 KUHPerdara terutama terletak pada cakupan ganti rugi. Pasal 1246 KUHPerdara lebih komprehensif dalam mencakup biaya-biaya yang dikeluarkan konsumen dalam proses pembelian, sementara Pasal 19 UUPK lebih fokus pada penggantian barang yang dibeli. Perbedaan ini dapat memengaruhi hak konsumen terkait kompensasi atas kerugian yang dialami.

Berdasarkan penjelasan tentang kerugian materiil dan imateriil sebelumnya maka berkaitan dengan Pasal 19 tersebut adalah ketika terjadi kerugian materiil berupa barang yang tidak sesuai dijanjikan dalam transaksi jual beli di Tiktokshop, kerugian materiil ini dapat menyebabkan dampak lain, yakni timbulnya kerugian imateriil, seperti kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelaku usaha di Tiktokshop.

Bentuk perlindungan hukum yang berlaku yang diberikan tiktok untuk konsumen yang mengalami kerugian akibat pelaku usaha di Tiktokshop melibatkan hukum perlindungan konsumen, Tiktokshop memiliki kebijakan pengembalian dan penggantian barang. Jika konsumen menerima barang yang cacat, rusak, atau tidak sesuai dengan deskripsi, konsumen dapat mengajukan permintaan pengembalian atau penggantian. Tiktokshop dapat memfasilitasi proses ini dan memastikan bahwa konsumen menerima kompensasi yang

layak. Konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan jika mereka mengalami masalah dengan produk atau layanan yang mereka beli di Tiktokshop. Proses penanganan keluhan ini dapat melibatkan Tiktokshop dan mungkin juga otoritas perlindungan konsumen setempat.

Dalam realitanya, tidak semua pelaku usaha menjamin adanya kepastian hukum, serta perlindungan hukum untuk konsumennya belum sesuai dengan Pasal 1 Ayat 1 UUPK tersebut atau tidak sesuai dengan isi peraturan tersebut. Banyak sekali pelaku usaha yang tidak sadar dengan hal itu sehingga dapat merugikan konsumen, serta kurangnya pengetahuan konsumen akan hal ini. Konsumen dalam kasus ini belum mendapatkan perlindungan, dikarenakan kurangnya pengawasan oleh pemerintah terhadap kegiatan usaha yang dilakukan secara online, serta masih kurangnya pengetahuan dari konsumen terhadap peraturan tentang perlindungan hukum bagi konsumen, maka dari itu banyak pelaku usaha yang menyalahgunakan jual beli online dengan perbuatan yang menyimpang.

Dalam hukum Islam segala jenis transaksi haruslah mengandung masalah (kebaikan-kemanfaatan). Demi terwujudnya masalah maka didalamnya ada unsur kewajiban yang harus dipenuhi dan hak yang harus diterima oleh masing-masing pihak. Dengan terpenuhinya hak ini maka para konsumen telah terlindungi secara hukum. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen adalah dengan

menepati kesepakatan yang telah dibuat secara bersama.⁸⁹ Ajaran Islam yang berhubungan dengan perdagangan dan perekonomian berorientasi pada perlindungan hak-hak pelaku usaha dan konsumen, karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran, dan transparansi yang dilandasi nilai keimanan.⁹⁰

Allah SWT berfirman dalam QS Al-Baqarah ayat 279 *“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”*. Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa perdamaian adalah cara terbaik untuk menyelesaikan masalah asalkan bukan untuk melanggar aturan agama yang telah ditetapkan. Dalam akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya, potongan ayat tersebut memuat perintah perlindungan bagi konsumen bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling mendzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah ialah Maha Penyayang kepadamu.” (QS An-Nisa : 29). Ayat tersebut tertuang secara jelas Allah telah mensyariatkan

⁸⁹ Liantika Rizky Rindani, “Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam”, Jurnal Perbandingan Hukum, Vol 5 Nomor 1, 2017, hlm. 172-173

⁹⁰ Zulham, *Op.Cit*, hlm. 24.

dalam menjalankan jual beli harus melalui cara yang baik dan benar serta tidak merugikan konsumen. Larangan memakan harta sesamanya dengan cara tidak baik berfungsi sebagai penyelamat bagi diri sendiri dan orang lain, karena Allah telah menawarkan salah satu cara untuk mendapatkan harta dengan cara yang halal yaitu melalui perdagangan yang sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan hadist.

B. Upaya Hukum bagi Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual

Beli melalui Tiktokshop

Upaya hukum bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran atas hak-hak yang dimiliki konsumen dan sebagai bentuk pertanggung jawaban hukum yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam hubungannya dengan konsumen. Pasal 19 UUPK mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha, diantaranya:

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

3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha merupakan kewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Prinsip-prinsip tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum perlindungan konsumen diantaranya:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan/kelalaian
Prinsip ini adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yakni suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha,⁹¹ bahwa pelaku usaha baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum apabila ada unsur kesalahan yang dilakukan.
2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab
Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai dia dapat membuktikan bahwa dia tidak bersalah.
3. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab

⁹¹ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, hlm. 46.

Prinsip ini hanya dikenal pada lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas.⁹²

4. Prinsip tanggung jawab mutlak

Prinsip ini menekankan bahwa tidak adanya kewajiban bagi konsumen untuk membuktikan kesalahan pelaku usaha sebagai dasar pembayaran ganti kerugian dalam suatu tuntutan.

5. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Dalam perjanjian jual beli, misalnya ditentukan apabila barang yang dibeli tersebut tidak sesuai perjanjian, maka konsumen hanya dibatasi ganti kerugiannya sebesar sepuluh kali biaya pengiriman.

Konsep perlindungan hukum bagi konsumen meliputi dua hal, yaitu: perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif, sebagai berikut:

1. Perlindungan Hukum Preventif Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum preventif adalah bentuk perlindungan hukum dimana rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang administrasi. Dengan kata lain perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan hukum bagi masyarakat yang bertujuan untuk mencegah terjadinya permasalahan atau sengketa.
2. Perlindungan Hukum Represif Perlindungan hukum represif menurut Philipus M. Hadjon adalah bentuk perlindungan hukum dimana lebih

⁹² Shidarta, *Op. Cit*, hlm. 62.

ditujukan dalam penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dalam UUPK diatur dalam Pasal 45 ayat (2) yaitu, “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.⁹³

Contoh kasus yang penulis temukan pada *channel youtube* yang hasilnya sebagai berikut: Konsumen pertama, yakni membeli produk di tiktok shop tidak sesuai dengan apa yang telah dipesan. Konsumen tersebut membeli produk *body lotion* dengan ukuran *full size* sejumlah 5 pcs dengan harga sekitar 50.0000 namun pesanan yang sampai bukan ukuran *full size*, melainkan ukuran mini 30 ml. dalam keterangan produk tersebut tertulis bahwa produk berukuran full size dengan harga promo, akan tetapi pesanan yang datang tidak sesuai dengan keterangan produk yang telah dicantumkan. Selanjutnya konsumen kedua, yakni membeli produk jam tangan original dengan harga 500.000, namun pesanan yang sampai tidak sesuai dengan pesanan. Dalam deskripsi produk, penjual menyebutkan bahwa jam tangan tersebut adalah jam tangan original, namun barang yang sampai merupakan jam tangan yang tidak original (kw). Demikian juga konsumen ketiga, yakni membeli produk tidak sesuai dengan apa yang telah dideskripsikan pada toko online tersebut. Konsumen tersebut membeli baju dengan harga 700.000 yang berisikan 35 baju, namun pesanan yang sampai

⁹³Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011.

hanya 3 baju saja, tidak sesuai dengan apa yang telah tercantum pada keterangan produk tersebut.⁹⁴

Bentuk kerugian yang dialami konsumen dalam kasus tersebut adalah kerugian materiil, yang mana merupakan sesuatu yang bisa dihitung dan dinominalkan, seperti uang, barang, biaya, dan lain sebagainya. Dalam kasus ini kerugian barang atau produk yang dipesan tidak sesuai dengan yang telah dipesan/diperjanjikan. Pasal 19 ayat (2) UUPK menentukan pelaku usaha mengganti kerugian yang dialami konsumen dengan cara “pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.” Sehingga konsumen seharusnya mendapatkan ganti rugi yang sesuai atau senilai dengan barang yang telah dipesan.

Dalam transaksi jual beli barang elektronik, prinsip tanggung jawab mutlak berlaku saat ada pelanggaran kesepakatan atau cidera janji. Dalam lingkungan perdagangan elektronik, di mana pembeli cenderung lebih rentan. Pelaku usaha bertanggung jawab sepenuhnya atas kegiatan usahanya dalam transaksi ini. Menurut Pasal 21 ayat (2) huruf a UUIE, jika mereka bertindak sendiri, konsekuensi hukum dari transaksi elektronik menjadi tanggung jawab semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu, dalam perdagangan elektronik, pihak yang harus bertanggung jawab adalah pihak

⁹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=czttLqTqGLw>. Diakses terakhir tanggal 20 Mei 2023

yang melanggar kesepakatan, dalam hal ini adalah penjual atau pelaku usaha.

Tanggung jawab pelaku usaha untuk mengganti kerugian akibat pelanggaran kontraknya hanya berlaku setelah memenuhi 4 syarat berikut: penjual melakukan kelalaian (*wanprestasi*), penjual tidak menggunakan paksaan, penjual tidak membantah tuntutan ganti rugi, dan penjual menerima pemberitahuan tertulis tentang kelalaian melalui *somasi*. Jika penjual tidak bertanggung jawab atas pelanggaran kontrak dalam transaksi jual beli online, pembeli dapat mengambil langkah hukum sesuai Pasal 38 dan 39 UUIITE. Pasal 39 ayat (2) UUIITE menyatakan bahwa penyelesaian sengketa tidak hanya melalui gugatan perdata, tetapi juga melalui arbitrase atau lembaga lainnya.

Dalam Pasal 48 UUPK telah diatur penyelesaian sengketa di pengadilan yang memberikan penjelasan bahwa ketika konsumen tersebut merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat mengajukan gugatan dengan menempuh pengadilan yang sesuai pada ketentuan di Pasal 45 UUPK yang berada di ruang lingkup peradilan umum. Sedangkan, dalam Pasal 47 UUPK telah mengatur penyelesaian di luar pengadilan yang dapat dilakukan oleh konsumen yang menjamin tidak akan terjadi kembali perbuatan yang merugikan konsumen akibat ulah pelaku usaha. Konsumen yang ingin menempuh jalur di luar pengadilan dapat mengajukan gugatannya kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sesuai dengan Pasal 49 ayat (2) UUPK.

Namun pada kasus diatas pelaku usaha tidak memberikan respon atau tanggapan terhadap keluhan konsumen atas kerugian dari barang yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, maka dari itu untuk memberi perlindungan lebih terhadap konsumen tiktokshop, diperlukan penyelesaian hukum. Penyelesaian hukum dapat ditempuh melalui dua cara yakni melalui di luar jalur pengadilan (non litigasi) atau melalui jalur pengadilan (litigasi) sebagai berikut:

a. Non Litigasi

Penyelesaian sengketa konsumen di luar jalur pengadilan bertujuan untuk mencapai kesepakatan mengenai kompensasi atau tindakan untuk mencegah kerugian berulang akibat cidera janji yang dilakukan oleh pelaku usaha, pendekatan alternatif penyelesaian sengketa seperti konsultasi, negosiasi, dan mediasi telah berkembang. Tahapan ini memungkinkan pihak-pihak yang berselisih untuk membuat keputusan penyelesaian sendiri. Negosiasi adalah proses komunikasi dua arah yang bertujuan mencapai kesepakatan ketika terdapat kepentingan bersama atau berbeda di antara pihak-pihak. Mediasi, di sisi lain, melibatkan pihak ketiga untuk mengkoordinasikan proses tawar-menawar, meningkatkan efektivitas proses negosiasi. Misalnya, dalam sengketa jual beli online di platform e-commerce TikTokShop terkait produk yang tidak sesuai spesifikasi, negosiasi dapat dilakukan antara pembeli dan penjual untuk mencapai kesepakatan yang disepakati bersama. Namun, jika pembeli merasa kesepakatan tersebut masih merugikan,

mereka dapat mengadu kepada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang ada di setiap daerah di Indonesia. LPKSM akan memfasilitasi mediasi antara pihak-pihak untuk mencapai kesepakatan yang lebih adil.

Penyelesaian di luar pengadilan (non litigasi) memiliki keunggulan dibandingkan litigasi. Biaya lebih rendah, proses tertutup, dan penyelesaian yang cepat adalah beberapa di antaranya. Namun, pendekatan ini memiliki kelemahan, yaitu hasil kesepakatan tidak mengikat dan bisa menjadi tidak final karena hanya bersifat kesepakatan antara pihak-pihak. Melalui pendekatan ini, pembeli dan penjual dapat menyelesaikan sengketa sendiri.

b. Litigasi

Penyelesaian melalui jalur pengadilan memiliki putusan yang mengikat dan bersifat final, ditegaskan dalam putusan pengadilan serta berdasarkan landasan hukum, seperti Pasal 45 ayat (2) UUPK. Ini menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat diputuskan melalui pengadilan atau proses di luar pengadilan, sesuai dengan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

Misalnya, seorang konsumen yang merasa dirugikan karena produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang dibeli melalui platform e-commerce tiktokshop dapat merujuk pada dasar hukum seperti Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jika barang yang diterima tidak sesuai spesifikasi,

konsumen berhak mendapatkan ganti rugi sesuai dengan ketentuan. Selain itu, Pasal 23 Undang-Undang tersebut memungkinkan konsumen untuk mengajukan gugatan di pengadilan jika pelaku usaha/penjual tidak bertindak dengan itikad baik dalam memberikan ganti rugi. Walaupun penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan bisa memerlukan biaya yang lebih tinggi daripada pendekatan di luar pengadilan, serta memakan waktu yang lebih lama, hal ini diimbangi oleh hasilnya yang menghasilkan putusan hakim yang mengikat dan final.

Dalam transaksi jual beli online tersebut, pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati, hal ini dianggap sebagai wanprestasi. Konsumen telah mengonfirmasi adanya kesalahan dalam pengiriman produk yang dipesan, namun pelaku usaha tidak memberikan tanggapan yang memadai. Dalam situasi seperti ini, pelaku usaha dianggap gagal memenuhi komitmen mereka, yang disebut sebagai wanprestasi. Dalam transaksi jual beli online, prinsip tanggung jawab mutlak berlaku saat terjadi wanprestasi. Pelaku usaha bertanggung jawab penuh atas tindakan usahanya dalam transaksi online. Konsumen dalam jual beli online memiliki kedudukan yang relatif lemah, sehingga tanggung jawab utama ada pada pelaku usaha. Penjual diharapkan untuk memenuhi kewajibannya dalam transaksi tersebut.

Apabila kewajiban telah dipenuhi, baik melalui pembayaran, kompensasi, atau pembebasan hutang, perjanjian tersebut dianggap telah dilaksanakan dan tujuannya tercapai. Artinya, perjanjian tersebut tidak lagi menciptakan kewajiban baru, dan hubungan hukum antara pihak-pihak yang terlibat

berakhir. Ciri utama dari sebuah perikatan yaitu adanya hubungan hukum antara para pihak, dimana dengan hubungan itu terdapat hak (prestasi) dan kewajiban (kontra prestasi) yang saling dipertukarkan oleh para pihak.

Pasal 21 ayat (2) huruf a UUIITE menyatakan bahwa jika suatu transaksi elektronik dilakukan secara langsung oleh pihak yang terlibat, maka konsekuensi hukum dari pelaksanaan transaksi tersebut menjadi tanggung jawab dari masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.

Dalam kasus yang telah dijelaskan sebelumnya, tanggung jawab utama jatuh pada pihak yang melakukan tindakan wanprestasi, yang dalam hal ini adalah pelaku usaha. Bentuk tanggung jawab yang harus ditanggung oleh pelaku usaha ialah memberikan ganti rugi sesuai dengan besarnya kerugian yang dialami oleh konsumen, serta apabila pelaku usaha memiliki niat baik untuk menangani masalah yang dihadapi oleh konsumen, maka pilihan penyelesaian di luar pengadilan, terutama melalui negosiasi dan mediasi, bisa dipertimbangkan. Namun, dalam kasus tersebut, realitanya pelaku usaha tidak menunjukkan niat baik dalam menyelesaikan masalah, konsumen memiliki opsi untuk mengajukan keluhan kepada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang beroperasi di berbagai daerah di Indonesia. Pihak LPKSM kemudian dapat mengambil tindakan lebih lanjut dengan melibatkan pengadilan jika diperlukan.

Pelaku usaha pada realitanya tidak memenuhi tanggung jawab atas kerugian konsumen dalam transaksi jual beli online. Serta tidak memiliki iktikad baik mengganti kerugian konsumen. Konsumen telah melakukan

upaya ganti kerugian kepada pelaku usaha namun pelaku usaha tidak memberikan respon terhadap konsumen.

Ketentuan Pasal 23 UUPK menyatakan apabila pelaku usaha tidak memberi tanggapan ataupun tidak melakukan penggantian kerugian terhadap tuntutan yang diajukan konsumen maka akan dilakukan gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pada instansi peradilan lain yang berada dalam kawasan konsumen. Terdapatnya pengaturan terhadap tempat untuk mengajukan gugatan ganti kerugian “di dalam kawasan konsumen” membuat konsumen menjadi terbantu dalam memperjuangkan haknya. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dapat menyelesaikan sengketa di pengadilan ataupun di luar pengadilan.

Dalam Pasal 48 UUPK telah diatur penyelesaian sengketa di pengadilan yang memberikan penegasan bahwa ketika konsumen tersebut merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat mengajukan gugatan dengan menempuh pengadilan yang sesuai pada ketentuan di Pasal 45 UUPK yang berada di ruang lingkup peradilan umum. Sedangkan, dalam Pasal 47 UUPK telah mengatur penyelesaian di luar pengadilan yang dapat dilakukan oleh konsumen yang menjamin tidak akan terjadi kembali perbuatan yang merugikan konsumen akibat ulah pelaku usaha. Konsumen yang ingin menempuh jalur di luar pengadilan dapat mengajukan gugatannya kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sesuai dengan Pasal 49 ayat (2) UUPK.

Pasal 28 UUPK menentukan unsur “kesalahan” sebagai beban dalam pembuktian pada gugatan penggantian kerugian dimana mengarah kepada pelaku usaha yang memiliki tanggung jawab atas beban tersebut. Beban pembuktian tersebut sebagai suatu hal yang krusial serta memastikan apakah gugatan perdata terkabulkan, apabila pembebanan pembuktian dianggap salah oleh hakim maka menimbulkan seseorang yang sebenarnya menang dalam suatu perkara bisa berubah menjadi pihak yang tidak menang hanya dikarenakan tidak sanggup memberikan pembuktian mengenai hak-hak yang seharusnya dimilikinya.

Pasal 1865 KUHPerdata dapat dijadikan dasar pembebanan pembuktian yang mengatur ketentuan mengenai siapa-siapa saja yang mengaku atas hak atas dasar suatu peristiwa atau dalam membantah hak orang lain, diharuskan memberikan pembuktian terkait terdapatnya hak atau peristiwa tersebut. Jika dikaitkan dengan pertanggungjawaban transaksi jual beli Tiktokshop, pihak pelaku usaha tetap dapat dituntut atas pertanggungjawaban jika terdapat ketidaksesuaian dalam produk yang ditransaksikan yang dapat memberikan kerugian kepada konsumen. Mengenai penyelesaian terhadap kerugian konsumen terhadap transaksi pada Tiktokshop itu dapat dilaksanakan dengan musyawarah oleh pelaku usaha beserta konsumen, jika telah mendapatkan hasil dari dilakukannya musyawarah, hasil tersebut diharapkan menjadi solusi dari masalah dari kedua belah pihak seperti terjadinya pengembalian uang ataupun penggantian barang. Sedangkan apabila pada musyawarah tersebut tidak berujung dengan hasil yang diharapkan, maka akan berpindah dalam

bentuk perjanjian tertulis yang tertuang dalam suatu keputusan BPSK yang dimana paling lambat selama 21 hari kerja saat diterimanya permohonan yang diajukan pada sekretariat BPSK.

Pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan usahanya tidak boleh menggunakan cara-cara yang tidak benar, sehingga harus memperhatikan aturan Al-Qur'an Surat An-Nisa' Ayat 30 *“Barang siapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, maka Kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka, yang demikian itu adalah mudah bagi Allah.”* Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia atau dalam hal ini pelaku usaha yang melanggar hak konsumen dalam perdagangan, maka Allah SWT akan memasukkan pelaku usaha yang melanggar tersebut ke dalam neraka. Ayat tersebut menekankan agar pelaku usaha harus mentaati aturan Allah SWT.

Pelaku usaha dalam jual beli online harus memperhatikan adab yang baik, karena perbuatan pelaku usaha akan dipertanggungjawabkan. Adab menjadi pelaku usaha yang baik tertulis dalam Al-Qur'an Surat Hud Ayat 84 dan Ayat 86. QS Hud Ayat 84 *“Dan kepada (penduduk) Madyan (kami utus) saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: Hai kaumku sembahlah Allah, sekali-kali tiada Tuhan bagimu selain-Nya, dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (mampu) dan sesungguhnya aku khawatir terhadapmu akan azab yang membinasakan (kiamat).”*

Al-Qur'an Surat Hud Ayat 86 *“Sisa (keuntungan) dari Allah adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman dan aku bukanlah seorang*

penjaga atas dirimu.” Ayat-ayat Al-Qur’an tersebut menjelaskan bahwa Ayat yang berkenaan dengan beberapa pelajaran yang dapat diambil dari kisah Nabi Syu’aib dan kaum Madyan. Kaum Madyan adalah golongan bangsa Arab yang terdiri atas orang-orang musyrik. Sikap kaum Madyan sehari-hari ini curang dalam perdagangan. Allah SWT mengutus Nabi Syu’aib untuk menyampaikan perintah Allah SWT yaitu untuk tidak mengurangi takaran dan timbangan dalam perdagangan, karena Allah SWT akan memberikan azab atas perbuatan zalim yang dilakukan. Ayat ini sebagai pedoman, yang menjelaskan bahwa dalam menjalankan usaha seperti menunaikan hak-hak konsumen dengan baik tanpa mengurangi hak konsumen tersebut dan melaksanakan perdagangan dengan jujur dan adil agar tidak merugikan manusia. Konsekuensi dari pelanggaran ayat tersebut adalah perbuatan dosa, sedangkan konsekuensi dunianya yaitu konsumen tidak akan percaya dengan pelaku usaha yang berbuat zalim, sehingga pelaku usaha tersebut berakibat sedikit memperoleh keuntungan perdagangannya.⁹⁵

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam Islam lebih luas dan komprehensif cakupannya dari pada asas-asas perlindungan konsumen dalam UUPK. Hukum Islam tidak hanya mengatur hubungan horizontal yaitu hubungan pelaku usaha dengan konsumen atau pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya (*hablum minannas*), tetapi hukum Islam juga mengatur hubungan manusia secara vertikal yaitu hubungan antara manusia dalam hal

⁹⁵ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Ctk. Pertama, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2021, hlm. 84.

ini pelaku usaha dan konsumen dengan Allah SWT selaku pemilik alam semesta beserta isinya (hablum minallah).

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka penulis dalam skripsi ini menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui tiktokshop belum diterapkan secara maksimal sebagaimana dalam UUPK. Pelaku usaha melanggar ketentuan mengenai hak konsumen keamanan keselamatan tetapi konsumen yang dirugikan tidak mendapat ganti kerugian konsumen sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 huruf h UUPK yang berbunyi hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hal ini dikarenakan konsumen kurang pengetahuan, pelaku usahanya tidak bertanggung jawab, serta minimnya pengawasan dari pemerintah. Sehingga berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukumnya belum bisa didapatkan.
2. Dalam kasus yang diangkat oleh penulis, upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen belum maksimal dapat dilakukan. Konsumen telah melakukan upaya ganti kerugian kepada pelaku usaha namun pelaku usaha tidak memberikan respon terhadap konsumen sehingga seharusnya konsumen memiliki kemampuan untuk melakukan upaya hukum tetapi tidak terlaksana. Terdapat dua upaya hukum di Indonesia yang konsumen dapat

tempuh apabila mendapat kerugian dalam transaksi online yaitu melalui jalur pengadilan atau luar pengadilan sesuai kesepakatan masing-masing pihak. Pelaku usaha seharusnya tidak lari dari tanggung jawab mengenai transaksi jual beli. Konsumen memiliki hak untuk menerima ganti rugi dari penjual sebagai akibat dari kerugian yang terjadi akibat ketidaksesuaian barang yang diperjanjikan tersebut, akan tetapi hingga saat ini konsumen masih belum mendapatkan hak tersebut.

B. Saran

1. Penulis menyarankan agar peraturan dan Undang-Undang yang berkaitan dengan transaksi jual beli melalui *platform online* diterapkan dengan lebih tegas. Dalam hal ini konsumen harus lebih *aware* dan paham mengenai hak-haknya dan pelaku usaha harus paham dengan kewajibannya. Pemerintah juga harus tegas menerapkan aturan mengenai UUPK.
2. Penulis menyarankan upaya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah mengenai hak dan tanggung jawab pelaku usaha. Sehingga bagi pelaku usaha maupun konsumen mampu atau berdaya untuk mengadvokasi dirinya sendiri. Tujuannya agar meningkatkan kesadaran pelaku usaha agar senantiasa mematuhi kewajiban dan tidak melakukan pelanggaran terhadap peraturan hukum yang berlaku, supaya meminimalisir kerugian bagi konsumen dan mendapatkan hak-haknya serta dapat berbelanja online dengan aman.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.Qirom Syamsuddin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian*, Liberty, Yogyakarta, 1985.
- Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, ctk. Pertama, Nusa Media, Bandung, 2016.
- _____, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*, ctk. Pertama, Nusa Media, Bandung, 2008.
- _____, *Hukum Transaksi Elektronik, (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia)*, Nusa Media, Bandung, 2017.
- Abdul Helim, *MAQĀSĪD AL-SHARĪ'AH versus UŞŪL AL-FIQH*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2019
- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.
- _____, *Hukum Perjanjian*, PT Alumni, Bandung, 2010.
- Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Bandung, 2004.
- Ahmadi Miru dan Sakapati, *Hukum Perjanjian Penjelasan Makna Pasal-Pasal Perjanjian Bernama Dalam KUH Perdata*, Sinar Grafika, Ctk. Pertama, Jakarta, 2020.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, edisi pertama, ctk. Kedelapan, Rajawali Pers, Jakarta, 2014.
- _____, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007.
- _____, *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia*, Rajawali Pers, 2013.
- Andi Sri Rezky Wulandari dan Nurdiyana Tadjuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media, 2018.

- Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2014,
- Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2021.
- Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, ctk. Pertama, Daya Widya, Jakarta, 1999.
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, UIN Maliki Pres, Malang, 2011.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Ketiga, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2005.
- Djohari Santoso dan Achmad Ali, *Hukum Perjanjian Indonesia*, bagian penerbitan fakultas hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.
- Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, ctk. Pertama Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015
- Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam*, Logos Wacana Ilmu, Jakarta, 1999.
- Firman Tumantara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Setara Press, Malang 2016.
- Gunawan Widjaja, Ahmad Yani, *Hukum tentang perlindungan konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000.
- Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, ctk. Pertama, Magistra Insania Press, Yogyakarta, 2004
- Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004.
- J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Ctk. Kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan pertama, Penerbit PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.

- Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen Aspek Substansi Hukum, Struktur Hukum dan Kultur Hukum Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2014.
- Lukman Santoso Az, *Aspek Hukum Perjanjian*, ctk. Pertama, Penebar Media Pustaka, Yogyakarta, 2019.
- Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, ctk. Kelima, Pustaka Pelajar, 2019.
- Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-Commerce*, Alex Media computendo, Jakarta, 2000.
- Philip Kotler, *Principles of Marketing*, Erlangga, Jakarta, 2000.
- Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011.
- Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016.
- Rosmawati, *Pokok pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, ctk Kedua, Prenadamedia Group, Jakarta, 2019.
- Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasido, Jakarta, 2000.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, ctk. Kelima, Rajawali Pers, Jakarta, 2001.
- Sri Soedewi Masyohen Sofwan, *Hukum Acara Perdata Indonesia dalam Teori dan Praktek*, Liberty, Yogyakarta, 1981.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta, 2002.
- Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, Liberty, Yogyakarta, 1985.
- Sukarmi, *Cyber Law Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Pustaka Sutra, Jakarta, 2007.
- Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Mazdar Madju, Bandung, 2000.
- Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*, Zona Media Mandiri, Tasikmalaya, 2020.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, edisi pertama, ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013.

Jurnal dan Karya Ilmiah

A.A.Bintang Evitayuni Purnama Putri Edward Thomas Lamury Hadjon, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Elektronik di Indonesia*, Jurnal Hukum, Universitas Udayana.

Bagus Hanindy Mantri, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E Commerce”, terdapat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/108077-ID-none.pdf> diakses terakhir tanggal 24 Agustus 2022.

Ida Ayu Eka Pradnyaswari, *Upaya Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa E-Commerce*, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 8 No. 5, 2020.

Liantika Rizky Rindani, “Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam”, Jurnal Perbandingan Hukum, Vol 5 Nomor 1, 2017.

Misbahul Ulum, *Prinsip-prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia*, Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, 2020.

Naimah dan Soesilo, “Perlindungan Konsumen Marketplace dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” terdapat dalam <file:///C:/Users/asus/Downloads/24213-1131-55095-1-10-20210506.pdf>

Naimah dan Soesilo, “Perlindungan Konsumen Marketplace dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” terdapat dalam <file:///C:/Users/asus/Downloads/24213-1131-55095-1-10-20210506.pdf> diakses terakhir tanggal 22 Juni 2023.

Nurhalis, *Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999*, Jurnal IUS, Vol. 3 No. 9, 2015.

Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, Hardika Fajar Ardianto, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online”, terdapat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/23092-ID-perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online.pdf> diakses terakhir tanggal 25 Agustus 2022.

Rose Rahmidani, “*Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan*”, Jurnal FH UNP, 2015.

Sapta Abi Pratama, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi di Marketplace” <https://repository.upnvj.ac.id/10455/>

Setia Putra, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli melalui E-Commerce”, terdapat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/9164-ID-perlindungan-hukum>

[terhadap-konsumen-dalam-transaksi-jual-beli-melalui-e-commerc.pdf](#)

diakses terakhir tanggal 25 Agustus 2022.

Wibowo T. Tunardy, “Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha”, terdapat dalam [Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha - Jurnal Hukum](#)

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Data Elektronik

<https://disperindag.sumbarprov.go.id/details/news/9218><https://www.youtube.com/watch?v=czttLqTqGLw>

<https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/4642/Yosafat%20Harianja.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://syariah.uinsaid.ac.id/membincang-jual-beli-online/>

<https://www.merdeka.com/quran/al-maidah/ayat-67>

<https://etd.umm.ac.id/id/eprint/1271/4/BAB%20I.pdf>



FAKULTAS
HUKUM

Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl. Kalirejan 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 7070222
E. fh@uii.ac.id
W. law.uoi.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 545/Perpus-S1/20/H/XI/2023

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **M. Arief Satejo Kinady, A.Md.**
NIK : **001002450**
Jabatan : **Kepala Divisi Adm. Akademik Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Annisa Dira Qisthy Ramadhanty
No Mahasiswa : 18410442
Fakultas/Prodi : Hukum
Judul karya ilmiah : **Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam
Transaksi Jual Beli Online Melalui Tiktokshop.**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **19.%**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 23 November 2023 M
9 Jumadil Awwal 1445 H

Kepala Divisi Adm. Akademik

M. Arief Satejo Kinady, A.Md