

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI

MERCHANDISE K-POP DI TWITER

SKRIPSI



Oleh:

ALIANA FATIMA ZAHRA

No. Mahasiswa: 20410744

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI

MERCHANDISE K-POP DI TWITER

SKRIPSI



Oleh:

ALIANA FATIMA ZAHRA

No. Mahasiswa: 20410744

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

HALAMAN JUDUL

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI

MERCHANDISE K-POP DI TWITER

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
(Strata 1) pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta



PROGRAM STUDI ILMU HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024



PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MERCHANDISE K-POP DI TWITTER

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan
ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendaratan
pada tanggal 13 Juni 2024



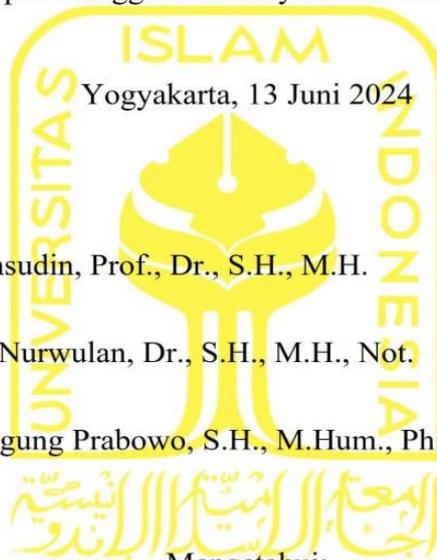
Yogyakarta, 24 April 2024
Dosen Pembimbing Tugas Akhir,


M. Syamsudin, Prof., Dr., S.H., M.H.



PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MERCHANDISE K-POP DI TWITTER

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



Tim Penguji

1. Ketua : M. Syamsudin, Prof., Dr., S.H., M.H.
2. Anggota : Pandam Nurwulan, Dr., S.H., M.H., Not.
3. Anggota : Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D.

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/TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aliana Fatima Zahra

NIM : 20410744

Adalah benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul: **PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MERCHANDISE K-POP DI TWITTER**. Karya tulis ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendarasan yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa Karya Tulis Ilmiah ini adalah benar-benar karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah Karya Tulis Ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas Karya Tulis Ilmiah ini pada saya, namun demi untuk kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan Karya Tulis Ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas, saya bersedia menerima sanksi, baik sanksi administratif, akademik, bahkan pidana jika saya terbukti secara kuat dan menyakini telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dalam konisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak dalam tekanan apapun dan oleh siapapun.

Yogyakarta, 5 April 2024

Yang membuat pernyataan



Aliana Fatima Zahra

NIM. 20410744

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Aliana Fatima Zahra
2. Tempat, Tanggal Lahir : Garut, 11 Oktober 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Golongan Darah : B
5. Alamat : JL. Jogokariyan MJ 3/656, Mantrijeron,
Yogyakarta
6. Identitas Orang Tua :
 - a. Nama Ayah : Asep Andri
 - b. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
 - c. Nama Ibu : Arifa Mutia Rachmi
 - d. Pekerjaan Ibu : Wiraswasta
7. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD : SDN Pameungpeuk 2
 - b. SMP : SMP Muhammadiyah 2 Yogyakarta
 - c. SMA : SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta
8. Hobi : Memasak

HALAMAN MOTO



”Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama
kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

“Apa yang menjadi takdirmu akan mencari jalannya menemukanmu”

(Ali bin Abi Thalib)

“Masa depan tergantung pada apa yang kamu lakukan hari ini”

(Mahatma Ghandi)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah berusaha untuk melawan segala kekhawatiran dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan doa dan dukungan. Tidak lupa saya persembahkan skripsi ini kepada setiap orang yang membantu dan menguatkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak lepas atas doa, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar;
2. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Asep Andri dan Ibu Arifa Mutia Rachmi terima kasih telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan kepada penulis dalam menjalani kehidupan;
3. Kepada kakek dan nenek penulis Alm. Bapak Nasir dan Ibu Neni Sri Nuraeni yang telah memberikan segalanya baik secara materi maupun immateril sehingga penulis dapat berada dititik ini;
4. Kepada Prof. Dr. M. Syamsudin, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini;
5. Kepada Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia;
6. Kepada Ibu Indah Parmitasari, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA)
7. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan arahannya selama menempuh pendidikan Strata-1 di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia;
8. Kepada seluruh staf dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah menunjang proses perkuliahan;

9. Kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini;
10. Kepada sahabat saya Arsanti, Ghina dan Ba'abud Fams yang telah menemani, memberikan saran dan masukan serta kekuatan kepada penulis;
11. Kepada teman-teman lainnya yang selalu menemani, mendukung, membantu, dan memberikan segala usahanya kepada penulis serta memberikan kekuatan di masa-masa sulit, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, diharapkan pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi yang telah dibuat dengan sepenuh hati dapat memberikan manfaat.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 April 2024

Penulis

Aliana Fatima Zahra

NIM. 20410744

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR PRA PENDADARAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
CURRUCULUM VITAE	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian	5
F. Kerangka Teori	8
G. Metode Penelitian	12
H. Pertanggungjawaban Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN TEORITIK PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PADA JUAL BELI MERCHANDISE K-POP	
A. Konsep perlindungan Hukum Konsumen	16

1. Pengertian Perlindungan Hukum Konsumen	16
2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen	17
3. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha	19
4. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	23
5. Larangan-Larangan bagi Pelaku Usaha	29
6. Tanggung Jawab Pelaku Usaha	31
B. Kajian tentang Jual Beli Merchandise K-Pop	35
1. Pengertian Merchandise K-Pop	35
2. Pengertian Jual Beli Merchandise K-Pop	36
3. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli	37
4. Wanprestasi dan Force Majeur pada Perjanjian Jual Beli	37
5. Perbuatan Melawan Hukum pada Perjanjian Jual beli	40
C. Perlindungan Hukum Konsumen dalam prespektif Hukum Islam.....	41
1. Pengertian Perjanjian Jual beli	41
2. Dalil-dalil dalam Perjanjian Jual beli	42
3. Hal-hal yang dilarang dalam Perjanjian Jual Beli	44
4. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam	46
5. Asas Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam	47
 BAB III PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP	
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MERCAHNDISE K-POP	
DI TWITTER	
A. Gambaran Umum Transaksi Jual Beli Merchandise K-Pop di Twitter	49

B. Analisis Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Merchandise K-pop di twitter	51
C. Upaya Hukum bagi Konsumen atas Pelaku usaha yang tidak Bertanggung Jawab dalam Transaksi Jual Beli Merchandise K-pop di Twitter	59
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter dan untuk memahami dan menganalisis upaya hukum bagi konsumen atas pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dalam transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas jual beli merchandise K-Pop di twitter dan apa upaya hukum bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab terhadap konsumen atas jual beli merchandise K-Pop di twitter. Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan yang dilakukan dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Hasil penelitian ini yaitu perlindungan konsumen dalam jual beli merchandise K-Pop di twitter belum mendapatkan perlindungan secara maksimal, sebagaimana dalam UUPK. Konsumen belum mendapatkan kompensasi atau ganti rugi atas perbuatan penjual dalam mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika mengalami kerugian dalam transaksi jual beli yaitu melalui luar jalur pengadilan (non litigasi) atau jalur pengadilan (litigasi) berdasarkan kesepakatan para pihak. Pada transaksi jual beli tersebut barang yang terima pembeli tidak sesuai dengan pesanan, pelaku usaha tidak memberikan pertanggungjawaban atas hal tersebut.

Kata-Kata Kunci: Jual Beli, Merchandise K-Pop, Perlindungan Konsumen,.

ABSTRACT

This research aims to understand and analyze consumer legal protection in buying and selling K-Pop merchandise on Twitter and to understand and analyze legal remedies for consumers against irresponsible business actors in buying and selling K-Pop merchandise on Twitter. The formulation of the problem in this research is how to legally protect consumers for buying and selling K-Pop merchandise on Twitter and what legal remedies there are for business actors who are not responsible for consumers for buying and selling K-Pop merchandise on Twitter. This research uses normative legal research with a legislative approach which is carried out by analyzing statutory regulations related to the problems to be studied. The results of this research are that consumer protection in buying and selling K-Pop merchandise on Twitter has not received maximum protection, as in the UUPK. Consumers have not received compensation or compensation for the seller's actions in sending goods that do not match the consumer's order. Legal remedies that can be taken by consumers if they experience losses in buying and selling transactions are through non-litigation or court action (litigation) based on the agreement of the parties. In this sale and purchase transaction, the goods received by the buyer do not match the order, the business actor does not provide responsibility for this.

Keywords: Buying and Selling, Consumer Protection, K-Pop Merchandise.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya Korea Selatan berkembang pesat dan meluas dalam dua dekade terakhir. Korea Foundation (KF) melaporkan hasil survei yang dibuat bersama dengan 150 kantor diplomasi Korea Selatan di luar negeri, jumlah penggemar *Korean Wave* atau *Hallyu* di 116 negara di dunia mencapai 156,6 juta orang.¹ *Korean Wave* sebagai istilah yang diberikan untuk penyebaran kebudayaan populer Korea Selatan ke berbagai negara, melalui produk-produk seperti musik, drama, *film*, *variety shows* yang menyajikan budaya-budaya Korea Selatan. *Make up*, *skin care*, *fashion*, dan elektronik yang berasal dari Korea Selatan juga menjadi bagian dari budaya.

Salah satu bagian dari *Korean Wave* yang paling banyak diminati berbagai kalangan adalah *Korean Pop*. *Korean Pop* atau disebut juga K-pop adalah genre musik populer dari Korea Selatan yang terdiri dari *pop*, *dance*, *hip hop*, *rock*, *R&B*, *electropop* dan *electronic music*. K-Pop identik dengan *boyband* dan *girlband* yang memiliki konsep unik dan menarik, sehingga menimbulkan daya tarik tersendiri bagi penggemarnya, tidak hanya dari lagu-lagu dan suara merdu mereka tetapi wajah cantik dan tampan para anggotanya juga.

¹*Penggemar Global Hallyu Lampaui 150 Juta Orang, Menunjukkan Peningkatan Pesat*, terdapat dalam https://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=66020. Diakses tanggal 24 Oktober 2023, Pukul 14.30 WIB.

Indonesia menempati peringkat pertama dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak. Hal ini berdasarkan dari laporan twitter yang dirilis pada Rabu 26 Januari dan menurut *Unique authors*.² Selain itu, Indonesia juga menjadi negara yang paling banyak membicarakan K-Pop di media sosial twitter.

Twitter sebagai salah satu media sosial yang populer digunakan berbagai kalangan dan sebagai platform hiburan terutama bagi penggemar K-Pop. Penggemar K-Pop menggunakan twitter untuk selalu terhubung dengan idola favorit mereka yang juga sering mengunggah kegiatan dan karya-karyanya melalui twitter. Selain itu, dijadikan tempat untuk menghubungkan idola dan penggemar, twitter juga dijadikan tempat transaksi jual beli album, *photobook*, *photocard*, *lightstick* dan barang K-Pop lainnya atau disebut dengan *merchandise* yang dikeluarkan oleh *agency* yang menaungi idola mereka. Hal ini, sebagai bentuk komitmen, antusias dan partisipatif seorang penggemar terhadap idolanya.

Kegiatan transaksi yang dilakukan oleh penggemar K-Pop di twitter tidak jarang menimbulkan kerugian. Pelaku usaha yang menjual barang atau *merchandise* K-pop terkadang tidak bertanggung jawab atas barang pesanan konsumen, seperti barang yang dikirim tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Selain itu, tambahan *extra packaging* yang ditambahkan konsumen dalam transaksi tidak dilakukan dengan baik sehingga merusak barang tersebut, bahkan terdapat pelaku usaha tidak mengirim barang yang dipesan oleh konsumen setelah proses pembayaran yang dilakukan.

² Alifah, N. *Indonesia jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia*, terdapat dalam <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>. Diakses 26 Oktober 2023, Pukul 9.30 WIB.

Berlakunya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan hak untuk menuntut jika dirugikan oleh pelaku usaha. Apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian maka berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian sebagai tanggung jawab dari pelaku usaha. Konsumen sebagai pihak yang dirugikan dapat melakukan gugatan terhadap pelaku usaha berkaitan dengan hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 dan 5 UUPK. Gugatan tersebut dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan sesuai dengan pilihan para pihak yang bersengkata.

Seperti yang dikutip dari akun twitter dengan *username* @khariself dalam unggahan utasan (*thread*) menuliskan mengenai perbuatan yang dilakukan oleh akun @mecima_shop yaitu setiap pembelian produk *special bundling* Stray Kidz akan mendapatkan bonus tiga buah *special photocard*, tetapi konsumen hanya menerima dua *photocard* dan penjual tidak memberikan ganti rugi atau kompensasi bentuk lainnya. Akun twitter dengan *username* @CBFL9900 juga menunggah utasan mengenai perbuatan yang dilakukan oleh akun @nacificc0s atas jumlah *photocard* dan *invoice* yang dikirim oleh penjual tidak sesuai dengan pesanan konsumen.

Lahirnya UUPK tidak menjamin pelanggaran terhadap hak-hak konsumen tidak akan terjadi. Banyak faktor yang mempengaruhi, di antaranya ketidaktahuan masyarakat terhadap adanya hak-hak yang diberikan dalam UUPK dan biaya yang dikeluarkan untuk menyelesaikan di pengadilan atau di luar pengadilan lebih besar atau tidak sesuai dengan kerugian yang dideritanya. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian untuk mendapatkan solusi bagi konsumen sehingga

memperoleh perlindungan hukum dari pelaku usaha yang mengesampingkan hak-hak konsumen atau tidak bertanggung jawab, yaitu dengan judul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Merchandise* K-Pop di Twitter.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah penelitian yang akan dikaji yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas jual beli *merchandise* K-Pop di Twitter?
2. Apa upaya hukum bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab terhadap konsumen atas jual beli *merchandise* K-Pop di Twitter?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah di atas, penulis merumuskan tujuan penelitian yang akan dikaji yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen terhadap transaksi jual beli *merchandise* K-Pop dalam platform Twitter.
2. Untuk menganalisis upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen terhadap pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dalam transaksi jual beli *merchandise* K-Pop di twitter.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari sisi teoretis maupun praktis:

1. Dari sisi teoretis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman ilmu hukum khususnya di bidang perlindungan konsumen.
2. Dari sisi praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait dalam menyelesaikan masalah perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang merugikan konsumen dengan objek masalah yang dikaji.

E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian

Penulis menelusuri berbagai karya ilmiah tentang topik dan masalah yang berdekatan dengan topik dan masalah penelitian ini. Namun, penulis tidak menemukan kesamaan dari kajian-kajian sebelumnya. Hasil penelusuran tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 Perbedaan dari Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, Tahun, dan Instansi Penelitian	Perbedaan
1	Debby Ferdina Felicia, ³ Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli <i>Merchandise</i> Korean Pop secara <i>Online</i> , 2022,	Penelitian ini membahas mengenai 1) pelaksanaan perjanjian jual beli <i>merchandise</i> Korean Pop secara <i>online</i> dan 2) pemenuhan hak pembeli <i>merchandise</i> Korean Pop

³ Felicia, D.F. 2022. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli *Merchandise* Korean Pop secara *Online*". *Skripsi*. Semarang: UNISSULA. 2022.

	Universitas Islam Sultan Agung Semarang.	sebagai konsumen dan penyelesaian antara pembeli dan penjual apabila barang mengalami cacat atau rusak.
2	Rif'atul Khoiriah, ⁴ Analisis Kesesuaian Hukum dalam Jual Beli Album dan Merchandise K-Pop berdasarkan Hukum Islam dan Undang-Undang, 2023, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.	Penelitian ini membahas mengenai 1) mekanisme transaksi jual beli album dan merchandise K-Pop di Mechimashop 2) analisis hukum islam terhadap mekanisme jual beli album dan merchandise K-Pop di Merchimashop 3) perlindungan konsumen terhadap pembeli merchandise K-Pop menurut Undang-Undang Nomor 18 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3	Annas Tasya Nur Aprisa, Hendra Haryanto, Grace Sharon, ⁵ Penerapan Itikad Baik dalam Pelaksanaan Jual Beli Merchandise K-Pop secara Online di Indonesia, 2023, Universitas Krisnadwipayana.	Penelitian ini membahas mengenai: 1) pelaksanaan jual beli merchandise K-Pop di Indonesia secara <i>online</i> 2) upaya penyelesaian wanprestasi jual beli merchandise K-Pop secara online dan 3) perbandingan hukum perjanjian kontrak melalui <i>E-Commerce</i> di Indonesia dengan negara lain (singapura).
4	Adelia Mirzani Qisti, ⁶ Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Album K-Pop melalui Sistem Pre Order secara Online, 2022, Universitas Sriwijaya.	Penelitian ini membahas tentang : 1) bagaimana kepastian hukum dalam perjanjian jual beli album K-Pop melalui sistem <i>pre order</i> secara <i>online</i> dan 2) perlindungan hukum bagi konsumen jika penjual atau pelaku usaha melakukan wanprestasi dalam perjanjian jual beli album K-Pop melalui sistem <i>pre order</i> secara <i>online</i>
5	Dina Khairuna Norasari, ⁷ Perlindungan Hukum terhadap	Penelitian ini membahas mengenai: 1) perlindungan hukum terhadap

⁴ Khoiriah, R. 2023. "Analisis Kesesuaian Hukum dalam Jual Beli Album dan Merchandise K-Pop berdasarkan Hukum Islam dan Undang-Undang". *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2023.

⁵ Aprisa, A.T.N dkk. 2023. "Penerapan Itikad Baik dalam Pelaksanaan Jual Beli Merchandise K-Pop Secara Online di Indonesia". *Jurnal Krisna Law*. Vol. 5 No. 1. 2023.

⁶ Qisti, A.M. 2022. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Album K-Pop melalui Sistem Pre Order secara Online". *Skripsi*. Palembang: Universitas Sriwijaya. 2022.

⁷ Norasari, D.K. 2023. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Pembelian Unofficial Merchandise yang dijual oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

	Konsumen atas Pembelian Unofficial Merchandise yang dijual oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam, 2023, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.	konsumen dalam transaksi jual beli unofficial merchandise yang dijual oleh K-Pop online shop dan 2) tinjauan hukum islam dalam praktik jual beli unofficial merchandise yang dijual oleh K-Pop online shop.
6	Andhika Mediantara Primayoga, Hendero Saptono, Rinitami Njatrijani, ⁸ Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Menerima Barang tidak sesuai Pesanan dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i> , 2019, Universitas Diponegoro.	Penelitian ini membahas mengenai: 1) upaya perlindungan hukum untuk mengurangi risiko barang tidak sesuai dengan pesanan dan 2) akibat hukum apabila hak-hak konsumen tidak dipenuhi oleh pelaku usaha.
7	Cindy Aulia Khotimah, Jeumpa Crisan Chairunnisa, ⁹ Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli <i>Online (E-Commerce)</i> , 2016, Universitas Islam Indonesia.	Penelitian ini membahas mengenai perlindungan hukum yang seharusnya dilakukan konsumen terhadap transaksi jual-beli secara <i>E-Commerce</i> berdasarkan peraturan dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
8	Husnul Khatimah, ¹⁰ Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i> di Aplikasi Lazada dan Shopee, 2022, Universitas Sriwijaya.	Penelitian ini membahas mengenai perlindungan hukum kepada konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> .
9	Roberto Ranto, ¹¹ Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik, 2019,	Penelitian ini membahas mengenai: 1) bagaimana hukum mengatur dan memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli media elektronik dan 2) konsep

tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.” *Skripsi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. 2023.

⁸ Primayoga, A.M dkk. 2019. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Menerima Barang tidak sesuai Pesanan dalam Transaksi Jual Beli Online”. *Diponegoro Journal Law*. Vol. 8 No. 3. 2019.

⁹ Khotimah, C.A dan Jeumpa C. Chairunnisa. 2016. “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)”. *Business law Journal*. Vol. 1 No. 1. 2016.

¹⁰ Khatimah, H. 2022. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Aplikasi Lazada dan Shopee”. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*. Vol. 4 No. 3. 2022.

¹¹ Ranto, R. 2019. “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik”. *Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 2 No. 2. 2019.

	Universitas Kristen Satya Wacana.	perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli media elektronik
--	-----------------------------------	---

Kebaruan penelitian penulis yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Merchandise* K-Pop di Twitter” dengan penelitian terdahulu adalah menfokuskan pada bagian perlindungan hukum dengan objek yang berbeda. Penulis memusatkan penelitian bagaimana hukum melindungi konsumen yang dirugikan atas suatu transaksi jual beli *merchandise* K-Pop di Twitter. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan penelitian terbaru dan terdapat perbedaan signifikan dari penelitian-penelitian terdahulu.

F. Kerangka Teori

1. Perlindungan Hukum Konsumen

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang menggunakan pranata atau sarana hukum.¹² Perlindungan hukum diberikan kepada subjek hukum, baik yang bersifat preventif maupun represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka penegakan peraturan hukum.

Menurut Az. Nasution, hukum perlindungan konsumen memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang sifatnya mengatur dan melindungi kepentingan konsumen, sedangkan batas hukum perlindungan konsumen dalam penyediaan dan

¹² Sasongko, W. 2007. *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Lampung: Unila. hlm. 31.

penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.¹³

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK perlindungan konsumen merupakan segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum terhadap konsumen. Kepastian hukum sebagai unsur utama karena akan mempengaruhi pemberian terhadap perlindungan konsumen. Apabila kepastian hukum tercapai, maka perlindungan hukum akan diberikan. Kepastian hukum dalam perlindungan konsumen, konsumen dapat memilih barang dan/atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya serta mempertahankan hak-haknya jika dirugikan oleh pelaku usaha

2. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memuat asas-asas yang memberikan dasar yang kuat untuk perlindungan konsumen.¹⁴ Hal ini dijelaskan dalam Pasal 1 ayat 1 asas-asas tersebut di antaranya sebagai berikut:

a. Asas Manfaat

Asas ini memberikan pemahaman bahwa dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat bagi kepentingan konsumen dan kepentingan pelaku usaha.

b. Asas Keadilan

Asas ini memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan hak dan kewajibannya secara adil.

c. Asas Keseimbangan

¹³ Nasution, A.Z. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media. hlm. 22.

¹⁴ Susanto, H. 2008. *Hak-hak Konsumen jika dirugikan*. Jakarta: Visimedia. hlm. 17

Asas ini memberikan keseimbangan bagi kepentingan para pihak, baik konsumen, pelaku usaha dan pemerintah.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini memberikan pemahaman agar konsumen maupun pelaku usaha menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara yang menjamin kepastian hukum.

3. Pihak-pihak dalam Perlindungan Konsumen yaitu:

a. Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 UUPK, konsumen didefinisikan sebagai setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang ada dalam masyarakat, yang berguna baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.

b. Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 UUPK adalah orang perseorangan atau badan usaha baik badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan, berkedudukan dan melakukan kegiatan usaha baik secara sendiri maupun bersama-sama dalam bidang ekonomi di wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

4. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang diatur dalam UUPK. Konsumen sebagai pengguna barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha memiliki peran dominan dalam menentukan barang dan/atau jasa yang akan digunakan sehingga perlu dilakukan pemberdayaan konsumen agar konsumen paham hak dan kewajibannya. Pasal 4 dan Pasal 5 UUPK mengatur hak dan kewajiban konsumen. Menurut Shidarta konsumen memiliki hak dasar yaitu hak untuk keamanan, hak untuk informasi, hak untuk memilih, hak untuk didengar.¹⁵

Pelaku usaha atau disering disebut sebagai produsen, memiliki hak sebagaimana dalam Pasal 6 UUPK antara lain hak menerima pembayaran sesuai kesepakatan, hak mendapatkan perlindungan hukum, dalam pasal ini dimaksudkan agar konsumen juga dapat memahami hak-hak pelaku usaha. Pelaku usaha memiliki kewajiban sebagaimana dalam Pasal 7 UUPK antara lain beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya, melayani konsumen dengan jujur dan tidak membedakan-bedakannya, serta memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur,

5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Menurut hukum setiap subjek hukum diberikan tanggung jawab. Pelaku usaha sebagai subjek hukum juga diberikan tanggung jawab atas perbuatan yang dapat merugikan konsumen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia tanggung jawab adalah suatu keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya).¹⁶

¹⁵ Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo. hlm. 19-26.

¹⁶ <http://kbbi.web.id/tanggung+jawab> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamus versi online/daring (dalam jaringan). Diakses pada 18 November 2023, pukul 13.12 WIB.

Tanggung jawab dalam konteks perlindungan konsumen memuat tanggung jawab hukum, sehingga perlu dipahami dengan benar arti dari tanggung jawab tersebut. Tanggung jawab hukum adalah kewajiban untuk menanggung akibat yang ada dalam ketentuan hukum yang berlaku. Jika ada perbuatan melanggar norma hukum, maka pelakunya dapat diminta untuk bertanggung jawab sesuai dengan norma hukum yang dilanggarnya.

Oleh karena itu pelaku usaha memiliki tanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya, maka dapat diminta pertanggung jawaban dengan memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat memakai barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya, sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK. Menurut Pasal 19 ayat (2) UUPK, tanggung jawab utama pelaku usaha adalah memberikan ganti rugi, yang meliputi:

- a. Pengembalian uang;
- b. Penggantian dengan barang dan/atau jasa yang setara nilainya;
- c. Pelayanan Perawatan kesehatan; dan/atau
- d. Pemberian bantuan atau santunan.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang mengkaji hukum positif yang berkaitan dengan transaksi jual beli *merchandise* K-Pop di twitter.

2. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode perundang-undangan, pendekatan kasus dan pendekatan konseptual.

- a. Pendekatan perundang-undangan yaitu menganalisis peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu yang akan diteliti.
- b. Pendekatan kasus yaitu menganalisis kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang diteliti.
- c. Pendekatan konseptual yaitu pandangan dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.

3. Objek Penelitian

Objek yang dikaji pada penelitian ini, yaitu konsumen yang dirugikan atas jual beli *merchandise* K-Pop di Twitter.

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian diperoleh dari:

- a. Data primer, data yang secara langsung diperoleh dari hasil wawancara terhadap konsumen jual beli *merchandise* K-Pop di Twitter.
- b. Data sekunder, data yang tidak diperoleh secara langsung dari objeknya, melainkan melalui studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum seperti:
 - 1) Bahan hukum primer, bahan hukum yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang dikaji, seperti dalam penelitian ini yaitu KUHP, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan lainnya.

- 2) Bahan hukum sekunder, bahan hukum yang berupa penjelasan-penjelasan dan teori dari buku-buku literatur, jurnal ilmiah, laporan hasil penelitian dan bahan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.
- 3) Bahan hukum tersier, bahan hukum yang memaparkan pemahaman atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus dan ensiklopedia.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan, yang menganalisis jurnal, literatur dan bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab terhadap konsumen jual beli *merchandise* K-Pop di Twitter yang telah dipilih oleh penulis berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

6. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah mendeskripsikan permasalahan dari hasil penelitian yang nantinya dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kemudian

diuraikan dan dijelaskan hasil dari penelitian, menggunakan perspektif tertentu yang disajikan dalam bentuk narasi.

H. Pertanggungjawaban Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dalam bentuk karya ilmiah akademik berupa skripsi yang tersusun secara sistematis, sebagai berikut:

BAB I berisi Pendahuluan. Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan orisinalitas penelitian, kerangka teori, dan pertanggung jawaban sistematika penulisan.

BAB II berisi Kajian Teoretik. Pada bab ini menjelaskan tentang konsep perlindungan hukum konsumen, transaksi jual beli merchandise K-Pop, dan perlindungan konsumen dalam perspektif hukum Islam.

BAB III berisi Hasil penelitian. Pada bab ini menjelaskan jawaban dari rumusan masalah, seperti gambaran umum transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter, analisis perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter.

BAB IV Penutup. Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis atas peneliti ini.

BAB II

**KAJIAN TEORETIK PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PADA JUAL BELI
MERCHANDISE K-POP**

A. Konsep Perlindungan Hukum Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum Konsumen

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum dalam bentuk perangkat baik yang sifatnya preventif maupun represif, baik yang secara lisan maupun tertulis. Perlindungan hukum dapat menggambarkan fungsi hukum yang memiliki konsep bahwa hukum itu memberikan suatu keadilan, ketertiban, kemanfaatan dan kedamaian.¹⁷

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum merupakan tindakan yang memberikan perlindungan kepada hak asasi manusia yang telah dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut diberikan agar masyarakat dapat menikmati seluruh hak yang diberikan oleh hukum.¹⁸ Menurut M. Hadjon, Perlindungan hukum merupakan upaya untuk melindungi harkat dan martabat serta mengakui nilai kemanusiaan yang dimiliki oleh setiap individu sebagai subjek hukum, sesuai dengan ketentuan hukum yang menghindari tindakan sewenang-wenang.¹⁹

Perlindungan konsumen adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas

¹⁷ Ranto, R. 2019. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik". *Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 2 No. 2. 2019. hlm. 148.

¹⁸ Raharjo, S. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. hlm. 53.

¹⁹ Hadjon, P.M. 1987. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: PT Bina Ilmu. hlm. 1-2.

penggunaan barang dan/atau jasa.²⁰ Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, mulai dari perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen dibedakan menjadi dua aspek, yaitu:²¹

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

Tujuan perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen, terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Hal ini, ditegaskan dengan adanya ketentuan sanksi pidana, sebagaimana dalam Pasal 62 dan Pasal 63 UUPK.

2. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Untuk menegakan hukum perlindungan hukum, memerlukan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 2 UUPK, terdapat 5 (lima) asas yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen, yaitu asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan, serta asas keselamatan konsumen, termasuk asas kepastian hukum. Asas-asas tersebut diuraikan sebagai berikut:²².

a. Asas Manfaat

²⁰ Susanto, B. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, Malang: UIN Maliki Press. hlm. 1.

²¹ Meliala, A. 1993. *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. hlm. 152.

²² Dewi, E.W. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu. hlm. 10

Asas manfaat dalam perlindungan konsumen memberikan pemahaman bahwa segala penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat, bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan sehingga tidak ada pihak yang merasakan diskriminasi. Asas ini memberikan perlindungan konsumen kepada masing-masing pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen yang menjadi haknya.

b. Asas Keadilan

Asas ini memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan haknya masing-masing dan melaksanakan kewajibannya dengan adil tanpa memberatkan salah satu pihak.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini memaparkan bahwa untuk memperoleh keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah harus diatur serta diwujudkan secara seimbang. Hal ini, sejalan dengan hak dan kewajiban masing-masing dalam kehidupan masyarakat, bangsa dan negara.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini memberikan jaminan keamanan, kenyamanan dan keselamatan bagi konsumen dalam penggunaan, pemakaian, pemanfaatan dan mengonsumsi barang dan/atau jasa. Asas ini juga menghendaki adanya jaminan hukum agar konsumen mendapatkan manfaat dari produk yang dikonsumsi atau dipakai. Barang dan/atau jasa yang digunakan tersebut tidak akan mengancam keselamatan jiwa dan harta benda konsumen.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum memberikan pemahaman bahwa konsumen maupun pelaku usaha harus menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara yang akan menjamin kepastian hukumnya.

3. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai pemakai dari barang-barang hasil produksi (seperti bahan pakaian, makanan dan lain sebagainya).²³ Inosentius Samsul, mengartikan konsumen sebagai pengguna atau pemakai produk akhir, baik didapatkan dengan pembelian langsung maupun melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah dan undangan.²⁴ Mariam Darus Badruzaman, mengartikan konsumen dengan mengambil pengertian yang digunakan oleh kepustakaan belanda, yakni: semua individu yang menggunakan barang dan/atau jasa secara konkret dan riil.²⁵

Menurut Pasal 1 angka 2 UUPK, konsumen diartikan sebagai setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang ada dalam masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain atau makhluk hidup lainnya dan bukan untuk diperdagangkan. Pengertian konsumen mencakup beberapa unsur antara lain:²⁶

a. Setiap Orang

²³ <https://kbbi.web.id/konsumen.html>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2024, pukul 18.52 WIB

²⁴ Samsul, I. 2004. *Perlindungan Konsumen, kemungkinan Penerapan Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia. hlm. 34.

²⁵ Badruzaman, M.D. 1981. *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*. Bandung: Alumni. hlm. 48.

²⁶ Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo. hlm. 4-9.

Subjek yang disebut sebagai konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa. Penggunaan istilah orang dalam hal ini menimbulkan keraguan, apakah terbatas hanya orang individual (*natuurlijke persoon*) saja atau di dalamnya termasuk badan hukum (*rechtsperson*). Hal ini, lebih baik tidak mengikat pengertian konsumen hanya pada orang perorangan saja, tetapi juga meliputi badan usaha yang memiliki makna lebih luas daripada badan hukum.

b. Pemakai

Kata pemakai menurut Pasal 1 angka 2 UUPK, merujuk pada konsumen akhir (*ultimate consumer*). Konsumen tidak hanya terbatas pada pembeli tetapi mencakup semua orang, baik orang perorangan maupun badan usaha yang mengonsumsi ataupun memakai barang dan/atau jasa. Dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak harus kontraktual (*the privity of contract*).

c. Barang dan/atau Jasa

Istilah barang dan/atau jasa sebagai pengganti terminologi dari kata produk. Saat ini, kata produk telah mengandung makna barang dan/atau jasa. Menurut UUPK barang diartikan sebagai segala jenis benda, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, baik yang dapat bergerak maupun tidak dapat bergerak, baik yang dapat dihabiskan maupun yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Jasa diartikan sebagai bentuk layanan atau pekerjaan yang disediakan bagi masyarakat dan dimanfaatkan oleh konsumen. Makna dari disediakan bagi

masyarakat menunjukkan bahwa jasa harus tersedia untuk masyarakat dengan minimal harus lebih dari satu orang pemakainya. Oleh karena itu, layanan yang sifatnya khusus (tertutup) dan individual tidak termasuk dalam pengertian tersebut.

d. Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat harus tersedia dipasaran, sebagaimana diatur dalam Pasal 9 ayat 1 huruf e UUPK yang menyatakan bahwa barang dan/atau jasa tersebut harus tersedia.

e. Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain

Transaksi yang dilakukan oleh konsumen dilakukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lainnya. Unsur yang terdapat dalam definisi tersebut berusaha untuk mengembangkan pemahaman tentang kepentingan yang tidak hanya meliputi kepentingan pribadi, tetapi juga penggunaan barang dan/atau jasa itu untuk kepentingan orang lain bahkan makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

Pada umumnya konsumen diartikan sebagai pemakai terakhir dari barang dan/atau jasa yang diserahkan oleh pelaku usaha. Berdasarkan pengertian Konsumen yang telah diuraikan di atas, konsumen dibedakan menjadi 3 (tiga) batasan, di antaranya:²⁷

1. Konsumen komersial (*commercial consumer*) merupakan setiap orang yang memperoleh barang dan/atau jasa dengan maksud untuk menggunakannya

²⁷ Nasution, A.Z. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media. hlm. 13.

dalam proses produksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

2. Konsumen antara (*intermediate consumer*) merupakan setiap orang yang memperoleh barang dan/atau jasa dengan niat untuk diperdagangkan kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan.
3. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end consumer*) merupakan setiap orang yang memperoleh dan menggunakan barang dan/atau jasa dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lainnya dan tidak diperdagangkannya kembali atau mencari keuntungan.

Pelaku usaha terdiri dari dua kata yaitu pelaku dan usaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pelaku adalah orang yang melakukan suatu perbuatan.²⁸ Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud.²⁹ Secara ekonomi, usaha sering diartikan sebagai sebuah bisnis dan merupakan upaya yang dilakukan untuk bisa mendapatkan keuntungan.³⁰

Pengertian pelaku usaha sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 1 ayat 3 UUPK yaitu pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

²⁸ https://kbbi.kata.web.id/pelaku/#google_vignette Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/daring (dalam jaringan). Diakses pada 2 Februari 2024, pukul 9.39 WIB

²⁹ <https://kbbi.web.id/usaha.html> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/daring (dalam jaringan). Diakses pada 2 Februari 2024, pukul 9.42 WIB

³⁰ Nasution, A.Z. *Op.Cit.*, hlm. 17.

Pada umumnya pelaku usaha lebih dikenal dengan istilah pengusaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha tidak terbatas pada perorangan atau hanya produsen atau pabrik, tetapi mencakup distributor, eksportir, importer, dan pengecer. Pelaku usaha yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, memiliki tanggung jawab terhadap kerugian yang disebabkan oleh kegiatan usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen.³¹

4. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Perlindungan terhadap konsumen adalah suatu perlindungan atas hak-hak konsumen. Jika konsumen ingin dilindungi, baik pemerintah maupun pelaku usaha harus memperhatikan hak-hak konsumen. Pada pelaksanaannya hak-hak konsumen tersebut melindungi konsumen dari kerugian yang disebabkan oleh berbagai aspek.³² Hak konsumen artinya bahwa segala sesuatu yang harus didapatkan oleh konsumen, sedangkan kewajiban konsumen adalah segala sesuatu yang wajib harus dilakukan konsumen dari setiap adanya transaksi.³³

Menurut Jhon F. Kennedy mengemukakan empat hak konsumen yang harus dilindungi di antaranya:³⁴

a. Hak Memperoleh Keamanan (*the right to safety*)

Hak ini menekankan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen itu sendiri. Dalam

³¹ Amiluhur, S.A. 2018. "Perlindungan Hukum terhadap Peredaran Kosmetik yang Merugikan Konsumen", *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018. hlm. 34.

³² Barkatullah, A.H. 2019. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media. hlm. 25.

³³ Montolalu, K dkk. 2023. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan Melalui Aplikasi Gojek", *Jurnal Lex administratum*, Vol. IX No. 04. 2023. hlm. 2.

³⁴ Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana. Hlm. 47-48.

hal ini, intervensi dari pemerintah diperlukan dengan adanya pengaturan dan regulasi perlindungan konsumen untuk menjaga konsumen dari perilaku pelaku usaha yang dapat merugikan dan membahayakan keselamatan konsumen.

b. Hak Memilih (*the right to choose*)

Hak untuk memilih bagi konsumen adalah istimewa yang memungkinkan untuk memutuskan apakah akan membeli atau tidak suatu barang dan/atau jasa. Dalam hal ini, konsumen didukung oleh hak memperoleh informasi, terutama melalui iklan sehingga ada banyak faktor dari luar yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

c. Hak Mendapatkan Informasi (*the right to be informed*)

Hak ini sangat fundamental bagi konsumen, apabila dilihat dari kepentingan dan kehidupan ekonomi. Setiap keterangan suatu barang yang akan dibeli atau akan mengikat dirinya, sehingga konsumen harus diberikan informasi selengkap mungkin dan penuh kejujuran, baik secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi.

d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak ini bertujuan untuk memastikan bahwa pemerintah memperhatikan kepentingan konsumen, termasuk mendengarkan dalam pembuatan kebijakan tentang perlindungan konsumen.

Konsumen memiliki kelemahan salah satunya rendahnya pemahaman tentang hak-hak konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. UUPK memberikan pengaturan tentang hak-hak konsumen untuk menjadi landasan

hukum bagi pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat yang berupaya untuk memperdayakan konsumen melalui penyadaran konsumen. Hak-hak konsumen dalam UUPK secara luas diatur dalam Pasal 4 di antaranya:

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

Berdasarkan hak-hak konsumen tersebut di atas yang menjadi pokok utama dari perlindungan konsumen adalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen. Hal ini, untuk menjamin hal tersebut diberikanlah hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendaknya berdasarkan informasi yang benar, jelas

dan jujur. Apabila terdapat hal-hal yang merugikan maka konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan adil, kompensasi sampai dengan ganti rugi.³⁵

Kewajiban konsumen terdapat dalam Pasal 5 UUPK, berikut disertai penjelasannya:³⁶

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.

Kewajiban ini sangat penting karena sering kali pelaku usaha telah menyampaikan peringatan dengan jelas pada label suatu produk, tetapi konsumen tidak membaca peringatan tersebut. Kewajiban ini memberikan konsekuensi bahwa pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Kewajiban konsumen salah satunya beritikad baik saat transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Konsumen dapat menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha mulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan akan terjadinya kerugian bagi konsumen sejak barang dirancang atau diproduksi oleh pelaku usaha.

- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

Kewajiban konsumen ini harus membayar berdasarkan kesepakatan yang telah disepakati dengan pelaku usaha.

³⁵ Barkatullah, A.H. *Op.Cit.*, hlm. 34.

³⁶ Miru, A. dan Yudo, S. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Garfindo Persada. hlm. 48-50.

- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban konsumen menurut UUPK adalah untuk menjadi penyeimbang hak konsumen dalam memperoleh upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang adil. Oleh karena itu, kemudahan dalam mendapatkan hak tersebut bergantung pada partisipasi konsumen dalam upaya penyelesaian sengketa yang tepat.

Selain itu, UUPK juga memberikan hak dan kewajiban terhadap pelaku usaha yang tujuannya untuk selalu mengingatkan pelaku usaha akan tanggung jawab yang dibebankan atas semua produk yang diproduksi, didistribusikan, dan diperdagangkan.³⁷ UUPK memberikan hak-hak kepada pelaku usaha sebagaimana dalam Pasal 6, di antaranya:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan dari sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

³⁷ Dewi, E.W. *Op.Cit.*, hlm. 59.

Hak-hak pelaku usaha tersebut di atas agar konsumen juga dapat memahami hak-hak pelaku usaha sehingga konsumen diharapkan tidak menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha. Selain itu, hak-hak pelaku usaha juga diatur dalam Undang-Undang Perbankan, Undang-Undang Larangan Monopoli, dan Persaingan usaha, Undang-Undang Pangan serta peraturan lainnya.³⁸

Pelaku usaha harus memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan karena sebagai bentuk tanggung jawab yang harus dipatuhi dalam menjalankan usaha, terutama jika ada konsumen yang mengalami kerugian akibat barang dan/atau jasa yang diproduksinya. Kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK, yang meliputi:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku;
- e. memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

³⁸ *Ibid*, hlm. 60.

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

Kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini, mencerminkan salah satu asas yang terdapat dalam hukum perjanjian. Itikad baik diatur dalam Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara yang menjelaskan bahwa perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik. UUPK menetapkan bahwa pelaku usaha harus bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya, sedangkan konsumen harus beritikad baik dalam bertransaksi barang dan/atau jasa dengan pelaku usaha.³⁹

5. Larangan-Larangan bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha selain memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab dalam memproduksi dan memperdagangkan barang dan/atau jasa, terdapat beberapa perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Hal ini, dinyatakan secara tegas dalam Pasal 8 UUPK, sebagai berikut:

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

³⁹ Barkatullah, A.H. *Op.Cit.*, hlm. 42.

- b. tidak sesuai dengan berat, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemajuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya atau mode penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak mengikuti label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 - (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menarik dari peredaran.

Pada dasarnya larangan tersebut untuk menghindari berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa yang harus dihindarkan dari aktivitas pelaku usaha. Oleh karena itu, UUPK menentukan berbagai larangan bagi pelaku usaha sebagaimana dalam Pasal 8 di atas.

6. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab hukum berkaitan dengan ada atau tidak adanya kerugian yang dialami oleh salah satu pihak akibat dari hubungan antara konsumen dan pelaku usaha terkait penggunaan atau pemakaian barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha. Apabila konsumen mengalami kerugian akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa tersebut, mereka berhak untuk meminta ganti rugi kepada

pelaku usaha atas kerugian tersebut. Tanggung jawab pelaku usaha merupakan bagian kewajiban yang mengikat kegiatan mereka dalam menjalankan usahanya.

Prinsip tanggung jawab merupakan suatu hal penting dalam perlindungan konsumen. Secara umum prinsip tanggung jawab dalam hukum dibedakan menjadi berikut:⁴⁰

a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian atau kesalahan (*negligence*)

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah tanggung jawab yang bergantung pada perilaku subjektif pelaku usaha. Menurut teori ini, kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha mengakibatkan kerugian yang dialami konsumen. Kerugian konsumen yang menentukan hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada pelaku usaha. Kelalaian dapat dijadikan dasar gugatan jika memenuhi syarat-syarat berikut:

- 1) Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal;
- 2) Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat;
- 3) Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.

b. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*)

Tanggung jawab berdasarkan wanprestasi adalah tanggung jawab yang berasal dari kontrak. Apabila suatu produk mengalami rusak dan menyebabkan kerugian, konsumen akan meneliti isi kontrak atau perjanjian, baik yang tertulis

⁴⁰ Zulham. *Op.Cit.*, hlm. 83-94.

maupun tidak tertulis. Keuntungan bagi konsumen berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang bersifat mutlak (*strict obligation*), yaitu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Apabila pelaku usaha telah berupaya memenuhi janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka pelaku usaha akan tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian tersebut.

Akan tetapi, teori ini memiliki kelemahan dalam perlindungan hukum konsumen, yaitu pembatasan waktu gugatan, persyaratan pemberitahuan, kemungkinan adanya bantahan (*disclaimer*), dan persyaratan hubungan kontrak.

c. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak juga menjadi bagian dari tanggung jawab pelaku usaha. Prinsip ini memuat unsur kesalahan yang tidak perlu dibuktikan oleh pihak yang dirugikan untuk menjadi dasar ganti rugi. Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi secara langsung tanpa adanya beban pembuktian konsumen.⁴¹ Prinsip tanggung jawab mutlak dinilai lebih responsif terhadap kepentingan konsumen dibandingkan dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*) dan prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*).

Pada UUPK tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 UUPK berbunyi sebagai berikut:

⁴¹ Montolalu, K. dkk, *Op.Cit.*, hlm. 6.

- (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.

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat 1 UUPK, dapat diketahui bahwa tanggung jawan pelaku usaha meliputi:⁴²

- b. Tanggung jawab ganti kerugian atau kerusakan;
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
- d. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

⁴² Setiady, T. 2017. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Pelanggaran Ketentuan Label Pangan yang dilakukan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen". *Jurnal Yustitia*. Vol. 3 No.1. 2017. hlm. 74.

Pasal 19 UUPK mengatur tentang pertanggungjawaban pelaku usaha bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab untuk memberikan pergantian berupa pengembalian dana atau penggantian barang kepada konsumen. Hal ini, untuk tetap menjaga kualitas dari barang dan/atau jasa yang diberikan pelaku usaha, dengan memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada pihak yang telah dirugikan. Pelaku usaha sudah melakukan kewajibannya sebagaimana dalam Pasal 7 huruf g UUPK, yakni kewajiban dari pelaku usaha.

B. Kajian tentang Jual Beli Merchandise K-Pop

1. Pengertian Merchandise K-Pop

Merchandise merupakan barang atau produk yang dapat digunakan sehari-hari yang dilengkapi dengan branding suatu perusahaan.⁴³ Merchandise adalah barang yang diproduksi untuk keperluan penjualan dan juga dapat dijadikan sebagai pendukung kegiatan promosi terhadap suatu brand, acara, grup musik dan lain-lain.

Korean Pop menggunakan merchandise sebagai media promosi. Merchandise K-Pop bertemakan musik pop Korea yang umumnya adalah idol dari Korea Selatan. Merchandise K-Pop terdiri dari dua macam, yaitu *official merchandise* yang diproduksi dan dirilis oleh agency tempat idol tersebut bernaung, seperti photocard, photobook, lightstick, tas, dan lain-lain. Selain itu, terdapat merchandise hasil dari produksi pribadi penggemar K-Pop yang disebut sebagai fanmade atau disebut juga

⁴³ Chrestella, A dkk. 2018. "Ilustrasi Merchandise Memanfaatkan Fenomena K-Pop di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual*, Vol. 1 No.2, 2018, hlm. 11.

unofficial merchandise, seperti casing handphone, strap handphone, jaket dan lain-lain.

2. Pengertian Jual beli Merchandise K-Pop

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Jual beli adalah persetujuan saling mengikatkan antara penjual, yaitu pihak yang menyerahkan barang dan sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.⁴⁴ Pasal 1457 KUHPerdara mendefinisikan jual beli sebagai suatu perjanjian antara penjual dan pembeli yang mana pihak penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pihak pembeli dan pihak pembeli juga mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang tersebut.

Jual beli merchandise K-Pop merupakan aktivitas yang dilakukan oleh penggemar K-Pop yang ingin memiliki atau mengoleksi barang-barang yang bertemakan idolanya. Jual beli merchandise K-Pop memerlukan proses, dimulai dari penyediaan merchandise, yang didatangkan langsung dari Korea Selatan. Merchandise tersebut dipesan melalui website resmi yang menjual merchandise K-Pop seperti, *wevershop*, *kpoptown.com*, *cokodive.com* dan lain-lain.

Setelah dilakukan proses pemesanan, maka terjadi proses pembayaran. Pembayaran dapat menggunakan *paypal* atau *credit card*. Proses selanjutnya pengiriman merchandise yang akan dikirimkan ke alamat yang telah didaftarkan, tetapi setibanya di Indonesia merchandise tersebut akan melewati bea cukai yang memberikan daftar pembayaran pajak barang impor. Setelah membayar pajak

⁴⁴ <https://kbbi.web.id/jual%20beli> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/daring (dalam jaringan). Diakses pada 5 Februari 2024, pukul 14.30 WIB.

tersebut merchandise akan dilanjutkan pengiriman ke alamat yang telah didaftarkan.⁴⁵

3. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli

Hak adalah kewenangan atau keistimewaan yang diberikan kepada seseorang atau kelompok untuk melakukan sesuatu atau memperoleh sesuatu. Kewajiban adalah tanggung jawab yang harus dilakukan oleh seseorang atau kelompok. Secara umum jual beli adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk menukar barang dengan harga tertentu.

Hak pembeli diatur dalam Pasal 1474 KUHPerdara, pembeli berhak menerima barang sesuai dengan perjanjian dan Pasal 1484 KUHPerdara, pembeli berhak untuk menuntut ganti rugi atas barang yang tidak sesuai dengan kualitas atau spesifikasi yang disepakati. Kewajiban pembeli diatur dalam Pasal 1513 KUHPerdara yaitu konsumen wajib membayar barang yang dibeli sesuai dengan harga pembelian yang telah disepakati. Kemudian Hak penjual diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdara penjual, berhak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan dan kewajiban penjual diatur dalam Pasal 1474 KUHPerdara kewajiban ada dua, yaitu menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan dan menanggungnya.

4. Wanprestasi dan Force Majeur pada Perjanjian Jual Beli

Wanprestasi berasal dari bahasa belanda, yaitu *wanprestatie* yang artinya tidak tercapainya prestasi serta kewajiban yang telah disepakati oleh para pihak dalam

⁴⁵ Putri, S.P dkk. 2023. “Aplikasi Jual Beli Merchandise K-Pop Berbasis Website”. *Jurnal Riset Sains dan teknologi Informatika*, Vol. 01 No. 1, 2023, hlm. 53.

melaksanakan hubungan perikatan, baik perikatan yang dimulai dari suatu perjanjian maupun perikatan yang terjadi akibat Peraturan Perundang-undangan.⁴⁶ Menurut kamus hukum wanprestasi merujuk pada tindakan kelalaian, kealpaan, cidera janji, tidak menepati kewajibannya dalam perjanjian.⁴⁷ Menurut Yahya Harahap, wanprestasi merupakan pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau tidak dilakukan sesuai dengan seharusnya.⁴⁸

Untuk menetapkan bahwa seorang debitur telah melakukan wanprestasi, dibutuhkan tenggang waktu dan adanya kelalaian terhadap kewajiban yang telah diatur dalam, terutama terkait waktu pelaksanaan kewajiban. Apabila perjanjian tidak menetapkan waktu tertentu untuk menentukan apakah seseorang telah melakukan wanprestasi, maka harus ada pemberitahuan terlebih dahulu kepada debitur mengenai kelalaian atau wanprestasinya. Dengan demikian, seorang debitur dapat dinyatakan wanprestasi setelah ada pemberitahuan atau somasi (*in gebreke stelling*).⁴⁹

Abdul Kadir Muhammad, menyatakan dua kemungkinan terjadinya wanprestasi yaitu :

1. Karena kesalahan debitur, baik kesengajaan ataupun kelalaiannya.
2. Keadaan memaksa (*force majeure* atau *overmacht*)

⁴⁶ Dewan Pimpinan Pusat Federasi Advokat Republik Indonesia, 'pengertian, Bentuk, Penyebab dan Hukum Wanprestasi' (17 Februari 2020) <http://www.dppferari.org/pengertian-bentuk-penyebab-dan-hukum-wanprestasi/> diakses pada 8 Maret 2024.

⁴⁷ Harahap, Y. 1986. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni. Hlm. 60.

⁴⁸ *Ibid.* Hlm. 63.

⁴⁹ Miru, A dan Pati, S. 2008. *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 8.

Force Majeur atau disebut juga *overmacht* adalah kondisi atau peristiwa yang tidak dapat diduga, sehingga menghambat debitur untuk memenuhi prestasinya. Force majeure diatur dalam Pasal 1244 dan 1245 KUHPerdara yang dapat pada intinya bahwa keadaan di mana debitur tidak bisa memenuhi prestasinya karena suatu keadaan yang tidak dapat diduga dan dipertanggungjawabkan kepadanya, sehingga debitur dibebaskan dalam untuk membayar ganti rugi, dan bunga.

Pemenuhan ganti rugi dijelaskan pada Pasal 1444 ayat (1) dan (4) KUHPerdara yang menyatakan bahwa jika barang tertentu yang menjadi pokok persetujuan musnah, tidak dapat diperdagangkan atau hilang hingga tidak diketahui sama sekali apakah barang itu masih ada atau tidak ada, maka perikatan tersebut dihapuskan, asalkan barang itu musnah atau hilang di luar kesalahan dan kelalaian debitur sebelum menyerahkannya.

Force majeure juga disebut sebagai landasan hukum yang memaafkan atau *rechtsvaardigings-ground* kesalahan debitur. Hal tersebut yang menjadikan force majeure sebagai penyimpangan dari asas hukum. Menurut asas umum setiap kelalaian dan keingkaran mengharuskan pelaku untuk mengganti kerugian serta bertanggung jawab atas semua risiko yang timbul dari kelalaian dan keingkaran tersebut. Namun, jika dalam pelaksanaan perjanjian menyebabkan kerugian karena terjadi force majeure, maka debitur dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian tersebut. Kerugian tersebut terjadi semata-mata oleh keadaan atau peristiwa di luar kendali debitur, sehingga keadaan atau peristiwa tersebut yang menjadi dasar hukum untuk melepaskan debitur dari kewajiban mengganti ganti rugi (*schadevergoeding*).

5. Perbuatan Melawan Hukum pada Perjanjian Jual Beli

Perbuatan melawan hukum atau sering disebut dengan *onrechtmatige daad*, diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara yang menyatakan bahwa setiap perbuatan melawan hukum yang menyebabkan kerugian kepada orang lain, mewajibkan pelaku yang bertanggung jawab atas perbuatan tersebut untuk mengganti kerugian. Sesuai dengan Pasal 1365 KUHPerdara, suatu perbuatan dapat dikatakan perbuatan melawan hukum jika memenuhi unsur-unsur, sebagai berikut:

- a. Adanya suatu perbuatan;
- b. Perbuatan tersebut melawan hukum;
- c. Adanya kesalahan dari pihak tertentu;
- d. Adanya kerugian bagi korban;
- e. Adanya hubungan kausal antara perbuatan dengan kerugian.

Perbuatan melawan hukum terjadi ketika adanya perbuatan dari salah satu pihak yang diperkirakan melanggar undang-undang, bertentangan dengan hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukum, bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum. Perbuatan tersebut harus dipertanggungjawabkan apakah mengandung unsur kesalahan atau tidak. Pada Pasal 1365 KUHPerdara tidak membedakan kesalahan tersebut dalam bentuk kesengajaan (*opzet-dolus*) atau kesalahan kurang hati-hati (*culpa*).⁵⁰

Seseorang tidak dapat dituntut atas perbuatan melawan hukum apabila perbuatan tersebut dilakukannya karena keadaan darurat, force majeure/overmacht,

⁵⁰ Arief, M.Z dan Sutrisni. 2014. "Perbuatan Melawan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui Internet ditinjau dari Buku II KUHPerdara". *Jurnal Jendela Hukum Fakultas UNIJA*, Vol. 1 No. 2, 2014. hlm. 36.

realisasi hak pribadi, karena perintah atau salah sangka yang dimaafkan. Namun, jika unsur kesalahan dalam suatu perbuatan dapat dibuktikan, maka harus bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh perbuatannya. Selain itu, harus menanggung perbuatan yang mengandung kesalahan yang dilakukan oleh orang-orang yang menjadi tanggungannya, barang-barang yang berada di bawah pengawasannya serta benda-benda peliharaannya yang sebagaimana diatur dalam Pasal 1336 sampai Pasal 1369 KUHPerdota.⁵¹

C. Perlindungan Hukum Konsumen dalam Prespektif Hukum Islam

1. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqih disebut *al-bay'* secara bahasa merupakan *mashdar* dari kata *ba'a* yaitu menjual.⁵² *Al-bay'* merupakan lawan kata *al-syira*, yaitu membeli. Dengan demikian *al-bay'* dapat berarti menjual, tetapi sekaligus juga berarti membeli. Mazhab Hanafi mendefinisikan jual beli menjadi dua yaitu: (a) jual beli merupakan saling menukarkan harta dengan harta melalui cara tertentu. (b) tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sesuai melalui cara tertentu yang bermanfaat.⁵³

Jika melakukan kegiatan jual beli, tentunya harus memenuhi rukun dan syarat jual beli, sehingga dapat dinyatakan sah dan halal sesuai dengan syara. Rukun dan syarat jual beli yaitu:⁵⁴

⁵¹ *Ibid.* hlm.36-37.

⁵² Ikit, dkk. 2018. *Jual Beli dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Gava Media. hlm. 70

⁵³ *Ibid.*, hlm. 77.

⁵⁴ Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Islam yang Perlu dipahami <https://m.kumparan.com/amp/berita-hari-ini/rukun-dan-syarat-jual-beli-dalam-islam-yang-perlu-dipahami-1vVpB6ylkvY>. Diakses pada 10 Maret 2024, pukul 17.30 WIB.

- a. *Aqid* (subjek jual beli), yaitu penjual dan pembeli.
 - b. *Ma'quid'alaih* (objek jual beli), yaitu barang yang akan diserahkan kepada pembeli oleh penjual.
 - c. *Mahal al-aqdi* (shigat atau pernyataan jual beli), yaitu ijab (penyerahan) oleh penjual dan qabul (penerimaan) oleh pembeli melalui perkataan.
 - d. *Maudhu al-aqdi* (tujuan jual beli), yaitu tujuan untuk saling memenuhi kebutuhan manusia (penjual dan pembeli).
2. Dalil-Dalil dalam Perjanjian Jual Beli

Islam memiliki aturan tentang kehidupan bagi umatnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini termasuk jual beli yang telah disyariatkan Allah SWT, memiliki landasan yang kuat baik dari Al-Quran, Hadits dan Ijma'.⁵⁵

1. Al-Quran

a. Q.S Al-Baqarah ayat 275

Artinya: "...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...".

Ayat ini secara eksplisit menyatakan bahwa hukum jual beli itu halal, dan hukum riba itu haram. Jual beli yang halal adalah jual beli yang tidak bertentangan dengan nash syariat karena terdapat jual beli yang haram, misalnya seperti jual beli babi, bangkai, minuman keras dan lain-lain.

b. Q.S An-Nisa ayat 29

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan

⁵⁵ Ikit dkk, *Op.Cit.*, hlm. 78-80.

yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat ini mengharamkan perbuatan memakan harta orang lain dengan cara yang diharamkan seperti riba, perjudian, perampasan, pencurian dan lain sebagainya. Akan tetapi Allah SWT memperbolehkan jual beli agar manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya atas barang yang tidak ia miliki, namun dimiliki orang lain.

c. Q.S Al-Ma'idah ayat 1

Artinya: “Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu...”

Ayat ini menjelaskan bahwa kedua belah pihak (penjual dan pembeli) memiliki hak dan kewajiban. Hak pembeli dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan, mendapatkan informasi lengkap tentang produk tersebut. Sedangkan kewajiban pembeli yaitu membayar barang sesuai dengan harga. Selanjutnya hak dan kewajiban penjual yaitu mendapatkan bayaran atas barang dan memberikan informasi tentang produk kepada pembeli.

2. Hadits

a. Hadits dari Abayah bin Rifa'ah

“bahwa Nabi SAW, ditanya: pekerjaan apa yang paling baik? Rasulullah SAW menjawab: “pekerjaan yang dilakukan dengan tangan dan setiap jual beli yang mabrur”. (HR. al-Thabrani, Hadits No. 4411).

b. Hadits dari Daud bin Shalih Al-Madani

“Aku mendengar Abu Sa’id Al-Khudri berkata: Rasulullah SAW, bersabda: “sesungguhnya jual beli berlandaskan keridhaan.” (HR. Ibnu Majah, Hadits No. 2185)

c. Hadits Nabi riwayat Nasa’i, Abu Dawud, Ibu Majah dan Ahmad

“Menunda-nunda (pembayaran) yang dilakukan oleh orang mampu menghalalkan harga diri dan pemberian sanksi kepadanya.”

3. Ijma

Para ulama sepakat terkait hukum jual beli karena bagian dari kebutuhan manusia yang berkaitan dengan barang yang dimiliki oleh saudaranya. Saudara tersebut tidak akan memberikan barang tanpa adanya kompensasi., sehingga dengan disyariatkannya jual beli para pihak dapat memenuhi kebutuhannya dan manusia juga merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa kerjasama dan tolong menolong dengan manusia lainnya.

3. Hal-Hal yang dilarang dalam Perjanjian Jual Beli

Setelah Rasulullah hijrah ke Madinah, prinsip ekonomi islam yang tidak adil dan menjurus kepada kedzaliman telah dihapus, seperti penahanan stok, kolusi oligarki, dan penjualan dengan sumpah palsu atau informasi menyesatkan.⁵⁶ Selain itu, terdapat hal-hal atau perbuatan yang dilarang dalam jual beli pada masa pemerintahan Rasulullah di Madinah di antaranya:⁵⁷

a. Talaqqi rukhban adalah tindakan menghentikan pedagang yang mengangkut barang dari tempat produksi sampai ke pasar. Tindakan ini dilarang oleh

⁵⁶ Zulham, *Op.Cit.*. hlm. 42.

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 42-43.

Rasulullah untuk mencegah ketidaktahuan konsumen atau pelaku usaha mengenai harga barang.

- b. Ghiyas adalah menyembunyikan cacat pada barang yang akan dijual atau bisa mencampurkan produk yang berkualitas rendah ke dalam produk yang berkualitas tinggi, sehingga konsumen kesulitan untuk mengetahui kualitas barang tersebut.
- c. Perdagangan najasy adalah praktik jual beli di mana seseorang berpura-pura menjadi pembeli yang menawar tinggi harga barang dengan memuji kualitas barang secara berlebihan, untuk menaikkan harga barang.
- d. Produk haram adalah merujuk pada barang-barang yang dilarang dan diharamkan dalam Al-Quran dan Sunnah. Hal ini berkaitan dengan keselamatan jasmani ataupun rohaniah konsumen saat menggunakan barang tersebut.
- e. Riba adalah pengambilan tambahan dalam transaksi jual beli ataupun simpan pinjam yang bertentangan dengan prinsip muamalat.
- f. Tathfif adalah tidak mengurangi timbangan atau takaran barang yang dijual. Hal ini dilarang karena sangat merugikan konsumen.

Berdasarkan hal-hal atau perbuatan yang dilarang tersebut dapat disimpulkan bahwa apa yang telah diajarkan Rasulullah mengandung nilai perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Oleh karena itu, kejujuran, keadilan dan transparansi merupakan pokok ajaran islam dalam kegiatan jual beli.

4. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam

Sejarah perlindungan konsumen dalam islam dimulai pada saat Muhammad sebelum diangkat menjadi Rasulullah. Beliau berdagang untuk mendapatkan imbalan atau upah. Pada saat itu terdapat prinsip-prinsip perlindungan konsumen dari praktik perdagangan yang dilakukan Rasulullah, yaitu kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah.

Setelah diangkat menjadi Rasulullah, konsumen mendapatkan perhatian dalam agama islam baik dalam Al-Quran maupun Hadits. Menurut Al-Quran perdagangan yang adil dan jujur adalah perdagangan yang tidak mendzalimi dan tidak juga didzalimi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 279 yang Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.

Arti ayat di atas menyebutkan kalimat untuk tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya. Menurut konteks perdagangan, kalimat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, di mana pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling dzalim dan menganiaya. Perdagangan dalam islam harus dilandasi dengan nilai-nilai dan etika yang menjunjung kejujuran dan keadilan.

Pelaksanaan perekonomian dalam islam dijalankan dengan mengikuti ajaran yang terdapat dalam Al-Quran, Sunnah dan ajaran yang dilakukan oleh para sahabat Rasulullah. Perlindungan hukum diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup, menciptakan lingkungan yang aman, dan mencegah tindakan yang merugikan. Salah satu aspek penting dalam perlindungan hukum adalah dengan memberikan

kepastian hukum kepada konsumen. Hal ini, tidak lepas dari adanya kesadaran pelaku usaha sehingga hubungan antara kedua belah pihak tidak saling merugikan.

5. Asas Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam

Hukum islam menetapkan beberapa asas yang dijadikan pedoman dalam melakukan transaksi, untuk melindungi kepentingan para pihak dalam jual beli atau perdagangan. Asas-asas tersebut sebagai berikut:⁵⁸

1. *At-Tauhid*, sebagai fondasi dari semua kegiatan jual beli atau perdagangan dalam hukum islam, ditempatkan pada asas tertinggi, yaitu kepercayaan tunggal kepada Allah SWT;
2. *Istiklaf*, artinya bahwa apa yang dimiliki oleh manusia pada dasarnya adalah titipan dari Allah SWT. Manusia hanya bertindak sebagai pemegang amanah atas segala yang diberikan Allah SWT;
3. *Al-Ihsan*, artinya melakukan sesuatu yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain tanpa adanya kewajiban tertentu yang harus dilakukan untuk melakukan perbuatan tersebut;
4. *Al-Amanah*, artinya pelaku usaha bertindak sebagai pengembal amanah untuk masa depan dunia dengan segala isinya (khalifah fil ardhi). Oleh karena itu, segala tindakannya akan dipertanggungjawabkan di hadapan manusia dan Allah SWT;
5. *Ash-shiddiq*, artinya perilaku jujur, dalam melakukan kegiatan perdagangan kejujuran adalah yang paling utama.

⁵⁸ Nurhalis. Op.Cit 2015. "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999", *Jurnal IUS*, Vol. III No. 9. 2015, hlm. 528-529.

6. *Al-Adl*, artinya keadilan, keseimbangan dan kesetaraan yang menghubungkan segala aspek di alam semesta ini.
7. *Al-Khiyar*, sebagai hak memilih dalam bertransaksi. Hukum islam menetapkan asas ini untuk mencegah terjadinya perselisihan antara pelaku usaha dan konsumen.
8. *At-Ta'wun*, artinya menekankan pentingnya tolong menolong karena dasarnya setiap manusia membutuhkan bantuan orang lain. Oleh karena itu, tolong menolong sesama manusia dianggap sebagai suatu kewajiban, terutama dalam meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT.
9. keamanan dan keselamatan, dalam hukum islam, terdapat lima hal yang harus dijaga dan diperlihara, yaitu: memelihara agama (*hifdh al-din*), memelihara jiwa (*hifdh al-nafs*), memelihara akal (*hifdh al-aql*), memelihara keturunan (*hifdh nasl*), dan memelihara harta (*hifdh al-maal*).
10. *At-Taradhin*, artinya kerelaan yang merupakan salah satu syarat jual beli atau dalam islam adalah akad. Akad atau transaksi terjadi karena ada shigat (ijab-qabul), yaitu segala hal yang menunjukkan kerelaan atau kesepakatan antara kedua belah pihak.

BAB III

PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MERCHANDISE K-POP DI TWITTER

A. Gambaran Umum Transaksi Jual Beli Merchandise K-Pop di Twitter

Budaya Korea Selatan berkembang pesat setiap tahunnya. Terutama, musik pop korea atau Korean Pop sering disebut K-Pop yang mengalami transformasi yang signifikan setelah adanya liberisasi media di Korea Selatan. K-Pop identik dengan *boygroup* dan *girlgroup* yang memiliki konsep yang unik dan menarik yang menimbulkan daya tarik tersendiri bagi penggemarnya.

Merchandise K-Pop merupakan produk atau barang yang diproduksi untuk keperluan penjualan dan pendukung kegiatan promosi yang bertemakan Musik Pop Korea dan diproduksi oleh *agency* yang menaungi idol K-Pop tersebut. Merchandise K-Pop berupa album, photocard, photobook, lightstick, gantungan kunci dan lain-lain. Merchandise K-Pop bagi seorang penggemar K-Pop merupakan barang yang harus dimiliki baik untuk koleksi ataupun bentuk dukungan terhadap idolanya.

Penggemar K-Pop umumnya menggunakan twitter untuk mendapatkan informasi terbaru dari idolanya. Twitter sebagai media sosial yang biasanya digunakan oleh para penggemar K-Pop untuk terhubung dengan idolanya maupun dengan sesama penggemar. Selain itu, penggemar K-Pop menggunakan twitter untuk bertransaksi, seperti jual beli merchandise K-Pop.

Pada akun twitternya pelaku usaha merchandise K-Pop akan menunggah foto, video dan informasi terkait merchandise yang dijual. Apabila ada orang yang berkeinginan untuk membeli merchandise K-Pop akan melihat dan mengetahui melalui akun pelaku usaha. Ketika konsumen tertarik dengan merchandise K-pop yang diunggah penjual, maka konsumen akan menghubungi pelaku usaha melalui *direct message* (dm) di twitter. Konsumen melakukan komunikasi dengan pelaku usaha seperti menanyakan ketersediaan merchandise apakah *pre order* atau *ready stock*, cek kondisi merchandise dan negosiasi harga. Apabila merchandise tersebut *pre order*, pembeli akan diminta untuk melakukan down payment (dp) berdasarkan kesepakatan dan dilunasi ketika merchandise tersebut sudah tersedia dipelaku usaha.

Setelah mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli, tahap selanjutnya yaitu pembayaran. Pembayaran dapat menggunakan metode transfer melalui ATM atau mobile banking, *Cash on delivery* (cod) atau metode pembayaran lainnya tergantung kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen. Tahap terakhir yaitu pengiriman oleh pelaku usaha kepada konsumen. Pengiriman dilakukan berdasarkan kesepakatan, seperti menggunakan ekspedisi atau menggunakan perantara platform e-commerce.

Kegiatan transaksi yang dilakukan oleh penggemar K-Pop di twitter tidak jarang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Pelaku usaha merchandise K-Pop terkadang tidak bertanggung jawab atas barang pesanan konsumen tersebut, seperti barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan kesepakatan, pengemasan barang yang tidak dilakukan dengan benar sehingga merusak barang, barang tidak dikirimkan

setelah pembayaran oleh konsumen. Konsumen tersebut mengeluhkan permasalahan yang dialaminya melalui twitter, seperti unggahan akun @oohsunghoon yang mengatakan *"plis help rt!! Scam lelang photocard & album yang dikirim freebies doing @dumpljng jahat banget lo, paket lo gue tunggu-tunggu tapi hasilnya zonk wkwkw."* Akun twitter @punyaica_ juga mengungkapkan *"HELP SCAMMERS SELLER ALBUM KPOP @warungkpopers aku co album golden age tapi yang dikirim cuman kerdus doang."*

B. Analisis Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Merchandise K-Pop di Twitter

Penulis menemukan kasus transaksi merchandise K-Pop di twitter yang diunggah oleh akun twitter @conansapphire di mana membeli 8 (delapan) photocard, 2 (dua) polaroid, 7 (tujuh) album. Konsumen tersebut membeli pada tanggal 21 Desember 2022, kemudian pelaku usaha mengirim pada tanggal 3 Januari 2023 dan yang mengemas barang tersebut teman dari pelaku usaha. Pada tanggal 5 Januari 2023 barang sampai di tempat konsumen tetapi yang dikirim hanya 5 (lima) album. Konsumen pun menghubungi pelaku usaha bahwa barang yang dikirim kurang, dan pelaku usaha meminta maaf akan mengirimkan sisanya dengan biaya pengiriman ditanggung olehnya. Pelaku usaha tersebut terus selalu beralasan saat ditanya oleh konsumen terkait pengiriman barang yang kurang, dan sampai saat ini pelaku usaha belum mengirimkan barang tersebut.⁵⁹

⁵⁹<https://x.com/conansapphire/status/1613779743744348160?s=46&t=tF8PtJEDeuRhEq1AJvuI2> Diakses pada tanggal 26 Maret 2024 Pada Pukul 10.30 WIB.

Berdasarkan wawancara dengan konsumen bernama Ghina, awal mula konsumen mengikuti pre order album NCT 2020 Resonance pt 1 dengan harga Rp 270.000 sudah termasuk bea cukai. Konsumen membeli 5 pcs album, dengan uang muka Rp 670.000 dan sisanya dibayarkan ketika album sudah tersedia dipelaku usaha. Kemudian pelaku usaha mengundang konsumen kedalam grup chat khusus PO album NCT Resonance pt 1 di Line untuk memantau update-an album yang dikirim dari Korea Selatan ke Indonesia. Pada akhir Oktober pelaku usaha memberi informasi untuk segera melunasi album karena sudah sampai di tempatnya. Konsumen tersebut melunasi sebesar Rp 680.000 melalui transfer Dana. Pelaku usaha pun memberikan nomor resi ekspedisi kepada konsumen bahwa barang sudah dikirimkan. Ketika barang datang dan konsumen membuka ternyata isinya hanya 3 album, kemudian konsumen menghubungi pelaku usaha untuk menanyakan kekurangannya, pelaku usaha mengatakan bahwa sudah memasukan kelima album tersebut dan cenderung menyalahkan pihak ekspedisi yang membobol barang tersebut. Namun, kondisi barang saat tiba dikonsumen rapih, lapisan pertama *bubblewrap* yang dibaluti oleh solatip dan lapisan kedua kardus.⁶⁰ Konsumen tersebut terus menghubungi pelaku usaha untuk meminta ganti rugi atas kekurangan barang yang dikirimkannya tetapi pelaku usaha tidak memberikan respon yang baik dan lepas tanggung jawab terhadap konsumen.

Selanjutnya wawancara dengan konsumen bernama Ananda, awal mula konsumen melihat di twitter ada yang menjual photocard Jaehyun NCT seharga Rp

⁶⁰ Wawancara dengan konsumen bernama Ghina tanggal 26 Maret 2023 Pukul 13.12 WIB melalui WhatsApp Voice Call.

450.000. Konsumen tertarik dan menghubungi pelaku usaha melalui *direct message* (dm) menanyakan ketersediaan photocard tersebut dan kondisi photocard. Setelah itu konsumen membayar uang muka sebesar Rp 220.000 kepada pelaku usaha dan dilunasi ketika event 7.7 di shopee agar gratis ongkir mengingat posisi pelaku usaha berada di Kalimantan selatan dan konsumen berada di Yogyakarta. Sehari sebelum event 7.7 konsumen menghubungi pelaku usaha, untuk meminta link untuk dicheck out. Pelaku usaha memberikan link shopee dan konsumen mencheck outnya pada keesokan hari saat event 7.7 shopee. Barang sampai dikonsumen sekitar 4 hari dan konsumen merekam pada saat membuka photocard tersebut. Setelah diteliti oleh konsumen ternyata photocard tersebut termasuk kategori photocard unofficial. Untuk membedakan official photocard dengan unofficial photocard, pada belakang photocard yang official terdapat titik-titik yang menghubungkan satu photocard dengan photocard yang lainnya dan ketika photocard dizoom menggunakan kamera akan ada struktur bulat-bulat pada photocard tersebut. Namun, photocard yang dikirimkan pelaku usaha kondisinya sebaliknya. Konsumen berusaha menghubungi pelaku usaha tetapi tidak ada respon.⁶¹

Berdasarkan fakta-fakta yang telah dipaparkan tersebut jika dikaitkan dengan Pasal 1457 KUHPerdara dapat dipahami bahwa jual beli sebagai suatu perjanjian antara penjual dan pembeli yang mana pihak penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pihak pembeli dan pihak pembeli juga mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang tersebut.

⁶¹ Wawancara dengan konsumen bernama Ananda tanggal 26 Maret 2023 Pukul 15.00 WIB melalui

Sehingga dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan suatu perjanjian timbal balik, di mana pihak penjual berjanji untuk menyerahkan barang dan pihak pembeli berjanji untuk membayar harga barang tersebut.

Pasal 1 angka 2 UUPK menjelaskan bahwa 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. Apabila dikaitkan dengan kasus di atas konsumen tersebut merupakan konsumen akhir (*ultimate consumer/end consumer*), di mana dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan/atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau kepuasan pribadi dan tidak untuk diperdagangkan atau mencari keuntungan.⁶²

Konsumen dan pelaku usaha memiliki hubungan yang akan menimbulkan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak, sebagaimana diatur dalam UUPK. Pelaku usaha sebagai penjual merchandise K-Pop memiliki hak yaitu menerima pembayaran atas merchandise dibeli oleh konsumen dan kewajiban pelaku usaha yaitu menyerahkan merchandise sesuai dengan kesepakatan dan bertanggung jawab terhadap merchandise yang diberikan apabila tidak sesuai dengan kesepakatan. Konsumen sebagai pembeli merchandise K-Pop memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan kesepakatan dan berkewajiban untuk membayar sesuai dengan harga yang telah disepakati kepada pelaku usaha atau penjual merchandise K-Pop.⁶³

⁶² Nasution, A.Z. *Op. Cit.* hlm. 13.

⁶³ Montolalu, K dkk. *Op.Cit.* hlm. 2.

Konsumen telah memenuhi kewajibannya dalam transaksi jual beli tersebut, tetapi konsumen belum menerima perlindungan hukum yang sesuai dari pelaku usaha. Konsumen tersebut telah melakukan pembayaran atas barang dibeli pada awal perjanjian, tetapi barang yang dikirim oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan kesepakatan. Hal ini, menunjukkan bahwa konsumen telah memenuhi kewajibannya dan dijalankan dengan itikad baik, seperti yang terdapat dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara.

Apabila dikaitkan dengan kasus ini, maka konsumen sebagai pembeli merchandise K-Pop dapat menuntut pelaku usaha menggunakan dasar wanprestasi. Menurut Yahya Harahap wanprestasi merupakan pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau tidak sesuai dengan seharusnya.⁶⁴ Tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha merchandise K-Pop sebagai pelaku usaha tidak menyerahkan barang sesuai dengan kesepakatan, sehingga merugikan konsumen dan dapat dibebankan tanggung jawab kepada pelaku usaha sebagai upaya perlindungan hukum kepada konsumen yang telah dirugikan.

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum merupakan tindakan yang memberikan perlindungan kepada hak asasi manusia yang telah dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut diberikan agar masyarakat dapat menikmati seluruh hak yang diberikan oleh hukum.⁶⁵ Perlindungan konsumen sebagai istilah yang menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen atas penggunaan barang dan/atau jasa.⁶⁶ Perlindungan konsumen

⁶⁴ Harahap, Y. *Op.Cit* hlm. 60.

⁶⁵ Raharjo, S. *Op.Cit.* hlm. 53.

⁶⁶ Susanto, B. *Op.Cit.* hlm. 1.

memiliki cakupan yang luas, mulai dari perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, berawal dari tahap kegiatan mendapatkan barang dan/atau jasa sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut.⁶⁷

Pasal 2 UUPK berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Asas-asas tersebut untuk menegakan perlindungan hukum sebagai landasan penetapan hukum perlindungan konsumen. Berdasarkan asas-asas perlindungan konsumen apabila terjadi pelanggaran hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka hak-hak konsumen akan terlindungi. Akan tetapi, dalam kasus ini ketidaksesuaian barang yang dikirim oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan penerapan asas keadilan sebagaimana dalam UUPK.

Perbuatan pelaku usaha dalam transaksi jual beli merchandise K-Pop mengabaikan beberapa hak-hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 UUPK. Seperti Pasal 4 huruf a menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Pada kasus transaksi jual beli ini konsumen tidak mendapatkan barang yang sesuai dengan yang dicantumkan dalam keterangan yang diunggah pelaku usaha sehingga telah mengganggu kenyamanan konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Pasal 4 huruf c menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Jhon F. Kennedy mengemukakan bahwa salah satu hak konsumen yaitu hak mendapatkan informasi (*the right to be informed*), di mana konsumen

⁶⁷ Meliala, A. *Op. Cit.* hlm. 152.

harus diberikan informasi selengkap mungkin dan penuh kejujuran.⁶⁸ Akan tetapi pada kasus ini barang yang dikirim pelaku usaha tidak sesuai dan tidak adanya informasi yang jelas dari pelaku usaha kepada konsumen terkait barang yang dikirimnya.

KUHPerdata juga mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pasal 1474 KUHPerdata menjelaskan tentang hak konsumen yaitu menerima barang sesuai dengan perjanjian. Apabila barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan kualitas atau spesifikasi yang telah disepakati, maka konsumen dapat menuntut ganti rugi atas barang tersebut, sebagaimana dalam Pasal 1484 KUHPerdata. Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 1513 KUHPerdata yaitu konsumen wajib membayar barang yang dibeli sesuai dengan harga pembelian yang telah disepakati. Hak penjual sesuai dengan Pasal 1457 KUHPerdata penjual berhak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kewajiban penjual sebagaimana dalam Pasal 1474 KUHPerdata terdapat dua kewajiban, yaitu menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan dan menanggungnya.

Penjual merchandise K-Pop sebagai pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran atas barang yang dijual kepada konsumen sesuai dengan perjanjian, sebagaimana dalam Pasal 6 huruf a UUPK. Penjual merchandise K-Pop juga memiliki kewajiban untuk selalu beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sebagaimana terdapat dalam Pasal 7 huruf a UUPK. Pada kenyataannya sesuai dengan kasus transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter, pelaku usaha mengirimkan barang tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan dan bertentangan

⁶⁸ Zulham. *Op.Cit.* hlm. 47-48.

dengan kewajiban pelaku usaha Pasal 7 huruf b yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Berdasarkan Pasal 4 huruf h UUPK bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, sedangkan penjual merchandise K-Pop sebagai pelaku usaha sesuai dengan Pasal 7 huruf g UUPK kewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian. Pada pelaksanaannya hak dan kewajiban tersebut belum diterapkan, konsumen sebagai pihak yang dirugikan belum mendapatkan kompensasi, ganti kerugian atau penggantian barang sesuai dengan perjanjian oleh pihak pelaku usaha merchandise K-Pop. Selain itu, pelaku usaha merchandise K-Pop juga tidak menanggapi keluhan terkait ketidaksesuaian barang yang dikirim yang diajukan oleh konsumen dengan baik dan cenderung lepas tanggung jawab.

Kerugian yang dialami konsumen berupa kerugian materil dan immaterial. kerugian materil yang dialami konsumen berupa kerugian biaya atas harga merchandise K-Pop yang dibeli, biaya pengiriman dan lain-lainnya. Kerugian immateril yang dialami konsumen berupa rasa kecewa atas barang yang dibeli tidak sesuai dengan kesepakatan. Apabila dikaitkan dengan Pasal 19 ayat (1) UUPK maka pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerusakan atau kerugian konsumen akibat produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Bentuk ganti rugi sebagaimana Pasal 19 ayat (2) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian

barang, dengan batas waktu pemberian ganti rugi dalam 7 hari setelah tanggal transaksi. Apabila pelaku usaha tidak memberikan tanggapan atau tidak bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen, maka konsumen tersebut dapat mengajukan gugatan melalui Badan Peradilan umum sebagaimana dalam Pasal 23 UUPK.

Pada kasus ini konsumen belum mendapatkan perlindungan, banyak pelaku usaha yang masih mengabaikan hak-hak konsumen dan perlindungan terhadap konsumen belum sesuai dengan Pasal 1 ayat (1) UUPK atau dengan isi peraturan tersebut. Pelaku usaha tidak sadar bahwa hal tersebut dapat merugikan konsumen. Serta kurangnya pengetahuan konsumen terhadap peraturan tentang perlindungan hukum bagi konsumen.

C. Upaya Hukum bagi Konsumen atas Pelaku Usaha yang tidak Bertanggung Jawab dalam Transaksi Jual beli Merchandise K-Pop di Twitter

Kasus-kasus yang dialami beberapa konsumen sebagai pembeli merchandise K-Pop di twitter mengungkapkan bahwa barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha merchandise K-Pop tidak sesuai dengan kesepakatan awal transaksi. Berdasarkan wawancara dengan konsumen bernama Ghina, awal mula konsumen mengikuti pre order album NCT 2020 Resonance pt 1 dengan harga Rp 270.000 sudah termasuk bea cukai. Konsumen membeli 5 pcs album, dengan uang muka Rp 670.000 dan sisanya dibayarkan ketika album sudah tersedia dipelaku usaha. Kemudian pelaku usaha mengundang konsumen kedalam grup chat khusus PO album NCT

Resonance pt 1 di Line untuk memantau update-an album yang dikirim dari Korea Selatan ke Indonesia. Pada akhir Oktober pelaku usaha memberi informasi untuk segera melunasi album karena sudah sampai di tempat pelaku usaha. Konsumen tersebut melunasi sebesar Rp 680.000 melalui transfer Dana. Pelaku usaha pun memberikan nomor resi ekspedisi kepada konsumen bahwa barang sudah dikirimkan. Ketika barang datang dan konsumen membuka ternyata isinya hanya 3 album, kemudian konsumen menghubungi pelaku usaha untuk menanyakan kekurangannya, pelaku usaha mengatakan bahwa sudah memasukan kelima album tersebut dan cenderung menyalahkan pihak ekspedisi yang membobol barang tersebut. Namun, kondisi barang saat tiba dikonsumen rapih, lapisan pertama *bubblewrap* yang dibaluti oleh solatip dan lapisan kedua kardus. Konsumen tersebut terus menghubungi pelaku usaha untuk meminta ganti rugi atas kekurangan barang yang dikirimkannya tetapi pelaku usaha tidak memberikan respon yang baik dan lepas tanggung jawab terhadap konsumen.⁶⁹

Selanjutnya wawancara dengan konsumen bernama Ananda, awal mula konsumen melihat di twitter ada yang menjual photocard Jaehyun NCT seharga Rp 450.000. Konsumen tertarik dan menghubungi pelaku usaha melalui *direct message* (dm) menanyakan ketersediaan photocard tersebut dan kondisi photocard. Setelah itu konsumen membayar uang muka sebesar Rp 220.000 kepada pelaku usaha dan dilunasi ketika event 7.7 di shopee agar gratis ongkir mengingat posisi pelaku usaha berada di Kalimantan selatan dan konsumen berada di Yogyakarta. Sehari sebelum

⁶⁹ Wawancara dengan konsumen bernama Ghina tanggal 26 Maret 2023 Pukul 13.12 WIB melalui WhatsApp Voice Call.

event 7.7 konsumen menghubungi pelaku usaha, untuk meminta link untuk dicheck out. Pelaku usaha memberikan link shopee dan pembeli mencheck outnya pada keesokan hari saat event 7.7 shopee. Barang sampai di tempat konsumen sekitar 4 hari dan konsumen merekam pada saat membuka photocard tersebut. Setelah diteliti oleh konsumen ternyata photocard tersebut termasuk kategori photocard unofficial. Official photocard dengan unofficial photocard dapat dibedakan pada belakang photocard yang official terdapat titik-titik yang menghubungkan satu photocard dengan photocard yang lainnya dan ketika photocard dizoom menggunakan kamera akan ada struktur bulat-bulat pada photocard tersebut. Namun, photocard yang dikirimkan pelaku usaha kondisinya sebaliknya. Konsumen berusaha menghubungi pelaku usaha tetapi tidak ada respon.⁷⁰

Berdasarkan kasus tersebut, para konsumen tidak menuntut haknya sebagai konsumen saat mengalami kerugian atas ketidaksesuaian barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha merchandise K-Pop. Para konsumen memilih untuk tidak melanjutkan permasalahan yang dialaminya karena pihak pelaku usaha tidak memberikan tanggapan dan lepas tanggung jawab. Selain itu, konsumen tersebut tidak menuntut kesalahan yang dilakukan pelaku usaha karena konsumen merasa akan jauh lebih banyak mengalami kerugian apabila mengajukan gugatan ganti rugi.

Konsumen memiliki hak dalam menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha apabila mendapatkan pelayanan yang tidak sesuai dengan kesepakatan bahkan

⁷⁰ Wawancara dengan konsumen bernama Ananda tanggal 26 Maret 2023 Pukul 15.00 WIB melalui WhatsApp Voice Call.

menyebabkan kerugian bagi konsumen itu sendiri. Perbuatan pelaku usaha atas ketidaksiesuaian barang yang dikirimkan kepada konsumen baik dengan sengaja maupun keadaan memaksa dari pihak pelaku usaha, maka hal tersebut telah melanggar perjanjian atau kesepakatan transaksi yang dilakukan dengan konsumen. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pihak pelaku usaha merchandise K-pop selaku pelaku usaha melakukan wanprestasi karena melanggar perjanjian yang telah disepakati antara pelaku usaha dan konsumen. Akibat wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha tersebut harus bertanggungjawab atas barang yang diperdagangkannya dengan memberikan ganti rugi kepada konsumen sebagai upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang telah dirugikannya.

Tanggung jawab menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu keadaan di mana wajib untuk menanggung segala sesuatu atau akibat dari perbuatannya, baik yang dilakukan dengan sengaja maupun tidak sengaja.⁷¹ Pada perlindungan konsumen tanggung jawab berkaitan dengan ada atau tidaknya kerugian yang diderita oleh konsumen atas penggunaan atau pemakaian barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh pelaku usaha.

UUPK mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana terdapat dalam Pasal 19 yaitu :

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;

⁷¹ <http://kbbi.web.id/tanggung+jawab> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamus versi online/daring (dalam jaringan). Diakses pada 18 November 2023, pukul 13.12 WIB.

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 perundang-undangan yang berlaku;
3. Pemberian ganti kerugian 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.

Pasal di atas menjelaskan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerusakan, pencemaran dan kerugian konsumen. Pembebanan ganti rugi yang dibebankan kepada pelaku usaha sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha atas pelanggaran yang dilakukannya terhadap konsumen.

Pelaku usaha merchandise K-Pop harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Ganti kerugian harus sesuai dengan harga barang yang telah dibeli atau penggantian barang sesuai dengan yang dibeli konsumen, sebagaimana dalam Pasal 19 ayat (2) UUPK bahwa pelaku usaha dalam mengganti kerugian yang dialami oleh konsumen dengan cara pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan

kesehatan, dan pemberian santunan sesuai dengan aturan perundang-undangan. Kemudian dalam Pasal 7 huruf f dan huruf g UUPK menjelaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi, ganti rugi dan penggantian atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan apabila tidak sesuai dengan perjanjian.

Bentuk kerugian yang dialami konsumen adalah kerugian materil dan immateril atas ketidaksesuaian barang yang dibeli atau diperjanjikan oleh pelaku usaha. Kerugian materil konsumen yaitu kerugian biaya atas harga merchandise K-Pop yang dibeli, biaya pengiriman barang, dan biaya lainnya yang dikeluarkan untuk pembelian merchandise K-Pop tersebut. Kerugian immateril yaitu rasa kecewa konsumen yang tidak bisa menikmati barang yang dibelinya serta perilaku pelaku usaha yang tidak responsif.

Pelaku usaha pada kenyataannya tidak memenuhi tanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen atas transaksi jual beli merchandise K-Pop, dan tidak memiliki itikad baik untuk mengganti kerugian kepada konsumen. Konsumen telah meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha tetapi pelaku usaha tidak memberikan respon terhadap konsumen. Oleh karena itu, jika mengacu pada ketentuan Pasal 23 UUPK konsumen sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pada peradilan umum yang berada dalam kedudukan konsumen.

Merujuk pada Pasal 28 UUPK terdapat unsur “kesalahan” sebagai beban pembuktian pada gugatan ganti rugi yang mengarah kepada pelaku usaha yang memiliki tanggung jawab atas beban tersebut. Hal ini sesuai dengan prinsip tanggung jawaban mutlak, yang mana konsumen tidak perlu membuktikan kesalahan

dari pelaku usaha sebagai dasar pembayaran ganti rugi.⁷² Dalam Pasal 1865 KUHPerdata juga dapat dijadikan dasar pembebanan pembuktian yang mengatur siapa saja yang mengaku atas hak dasar suatu peristiwa atau membantah hak orang lain, harus memberikan pembuktian terkait adanya hak atau peristiwa tersebut. Apabila dikaitkan dengan pertanggungjawaban transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter, pelaku usaha akan tetap dituntut atas ketidaksesuaian dalam barang yang ditransaksikan dengan barang yang diberikan kepada konsumen.

Upaya yang dapat dilakukan konsumen apabila dirugikan oleh pelaku usaha dapat melalui dua cara, yaitu melalui jalur di luar pengadilan (non litigasi) dan melalui jalur di pengadilan (litigasi) sebagai berikut:

1. Di luar pengadilan (non litigasi)

Sebagaimana Pasal 47 UUPK mengatur penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang dapat dilakukan oleh konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur di luar pengadilan bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama mengenai kompensasi atau mencegah terjadinya kerugian berulang atas perbuatan ciedera janji yang dilakukan pelaku usaha. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat dilakukan dengan pendekatan alternatif penyelesaian sengketa seperti negosiasi dan mediasi. Pendekatan tersebut sangat memungkinkan bagi konsumen dan pelaku usaha yang berselisih dapat membuat keputusan penyelesaian sendiri.

Negosiasi adalah komunikasi dua arah yang dilakukan untuk mencapai kesepakatan bersama antara para pihak. Mediasi adalah melibatkan pihak ketiga untuk membantu para pihak dalam proses perundingan untuk mencari berbagai

⁷² Montolalu, K. dkk, *Op.Cit.*, hlm. 6.

kemungkinan penyelesaian. Pihak ketiga dalam mediasi sebagai pihak yang netral tidak yang tidak memberikan putusan atas sengketa, ia hanya membantu para pihak menemukan penyelesaiannya. Konsumen dapat melakukan negosiasi dengan pelaku usaha untuk mencapai kesepakatan bersama. Apabila pihak konsumen merasakan kesepakatan tersebut dinilai masih merugikannya, maka dapat mengajukan kepada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang tersebar di setiap daerah di Indonesia. Mereka akan memfasilitasi mediasi antara para pihak untuk mencapai kesepakatan bersama yang lebih adil.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan memiliki keunggulan dibandingkan melalui pengadilan, seperti biaya lebih rendah, tertutup, penyelesaian singkat dan cepat. Namun, kelemahan dari penyelesaian ini hasil kesepakatan tidak mengikat dan final karena hanya kesepakatan antara para pihak saja.

2. Pengadilan (litigasi)

Sebagaimana Pasal 48 UUPK juga mengatur penyelesaian sengketa di pengadilan, apabila konsumen merasa dirugikan oleh pelaku usaha, maka dapat melakukan gugatan dengan melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur pengadilan memiliki putusan yang mengikat dan final. Penyelesaian tersebut ditegaskan dalam putusan pengadilan dan berdasarkan landasan hukum, sebagaimana Pasal 45 ayat (2) UUPK yang menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan, sesuai pilihan para pihak yang bersengketa.

Konsumen yang mengalami kerugian atas perbuatan pelaku usaha dapat merujuk Pasal 4 huruf h UUPK ketika konsumen dirugikan atas barang yang tidak

sesuai dengan yang telah diperjanjikan atas transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter. Ketika barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai spesifikasi pada perjanjian jual beli maka konsumen berhak mendapatkan ganti rugi.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan memerlukan biaya yang lebih dan memakan waktu yang lebih lama daripada penyelesaian di luar pengadilan. Namun, hasil dari penyelesaian sengketa di pengadilan menghasilkan putusan hakim yang final dan mengikat bagi para pihak.

Tanggung jawab utama dalam kasus ini jatuh kepada pihak yang melakukan wanprestasi, yaitu pelaku usaha. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha berupa pengembalian dana sesuai dengan kerugian yang dialami konsumen atau penggantian barang kepada konsumen. Pelaku usaha jika memiliki niat baik untuk menyelesaikan masalah yang dialami konsumen, maka dapat dilakukan dengan penyelesaian di luar pengadilan, terutama melalui negosiasi antara para pihak. Namun pada kasus tersebut, pelaku usaha tidak menunjukkan niat baiknya dalam menyelesaikan masalah, maka konsumen dapat memilih untuk mengajukan keluhan kepada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang tersebar diberbagai daerah di Indonesia. Pihak LPKSM akan membantu dalam mengambil tindakan lebih lanjut dengan melibatkan pengadilan atau tidak.

Konsumen juga dapat memilih penyelesaian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dengan mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen secara baik secara tertulis maupun lisan. BPSK memiliki tiga cara penyelesaian yaitu melalui mediasi, Konsiliasi dan arbitrase. Putusan BPSK bersifat final dan memiliki kekuatan hukum. Apabila melalui non litigasi atau di

luar pengadilan tidak dapat diselesaikan berdasarkan Pasal 45 Ayat (4) UUPK, maka dapat ditempuh melalui pengadilan.

Berdasarkan kasus-kasus tersebut konsumen yang bernama Ghina telah mengupayakan dengan menghubungi pelaku usaha merchandise K-Pop tersebut melalui akun twitter dan grup line *pre order* pelaku usaha untuk meminta ganti kerugian atas pembelian album NCT Resonance pt 1 yang dikirim tidak sesuai dengan jumlah kesepakatan saat transaksi, tetapi sampai saat ini belum mendapatkan ganti kerugian atas kekurangan album tersebut. Terhadap konsumen yang bernama Ananda atas ketidaksesuaian merchandise K-Pop yang dikirimkan oleh pelaku usaha, telah mengupayakan meminta ganti kerugian dengan menghubungi akun twitter dan akun shopee pelaku usaha, serta mengunggah akun twitter pelaku usaha dibase penggermar K-Pop di twitter tetapi pelaku usaha tersebut tidak memberikan respon atas keluhan konsumen.

Islam memiliki aturan tentang kehidupan bagi umatnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk dalam kegiatan jual beli atau perdagangan. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275 Artinya: "...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...". Ayat ini secara eksplisit menyatakan bahwa Allah memperbolehkan dan menghalalkan umatnya melakukan kegiatan jual beli untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, serta mengharamkan jual beli jika terdapat riba. Selain itu, dalam QS An-Nisa ayat 29 yang artinya "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri.

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. Ayat ini mengharamkan perbuatan memakan harta orang lain dengan cara yang diharamkan seperti riba, perjudian, perampasan, pencurian dan lain sebagainya. Akan tetapi Allah SWT memperbolehkan jual beli agar manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya atas barang yang tidak ia miliki, namun dimiliki orang lain.

Selain itu, Islam juga mengatur ketentuan dalam perdagangan yang dilakukan konsumen dengan pelaku usaha. Sebagaimana QS. Al-Baqarah ayat 279 yang Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”. Arti dari ayat tersebut dalam konteks perdagangan mengandung larangan bagi pelaku usaha untuk tidak saling dzalim dan menganiaya, di mana harus mengutamakan nilai-nilai dan etika yang menjunjung kejujuran dan keadilan.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam islam berpedoman pada Al-Quran, Sunnah dan ajaran yang dilakukan oleh para sahabat Rasulullah. Salah satu aspek penting dalam perlindungan hukum adalah dengan memberikan kepastian hukum kepada konsumen, jika dikaitkan dengan kasus transaksi jual beli merchandise K-Pop yang tidak sesuai dengan pemesanan, maka bertentangan dengan salah satu asas perlindungan konsumen menurut hukum islam yaitu *Al-Amanah*, yang artinya pelaku usaha harus bertindak sebagai pengembalian amanah karena segala tindakannya akan dipertanggungjawabkan di hadapan manusia dan

Allah SWT.⁷³ Tindakan pelaku usaha yang tidak amanah atas kegiatan usahanya akan berhadapan dengan konsumen dan juga dengan Allah SWT, karena dalam hukum Islam tidak hanya mengatur hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen saja, melainkan mengatur hubungan pelaku usaha dan konsumen dengan Allah SWT selaku penguasa dan pemilik alam semesta.

⁷³ Nurhalis. *Op.Cit.* hlm. 528-529.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter belum mendapatkan perlindungan hukum secara maksimal. Hal ini ditunjukkan adanya pelaku usaha yang melanggar ketentuan mengenai hak-hak konsumen, terutama hak konsumen atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa sebagaimana dalam Pasal 4 huruf a UUPK. Konsumen tersebut juga tidak mendapatkan ganti kerugian sebagaimana Pasal 4 huruf h UUPK yang menyatakan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana semestinya. Oleh karena itu, pemenuhan hak-hak konsumen tidak sesuai dengan UUPK di mana menciptakan rasa aman dan nyaman bagi konsumen, terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya.
2. Pelaku usaha dalam hal ini tidak bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen, maka berlakunya Pasal 23 UUPK di mana konsumen dapat mengajukan gugatan ke BPSK atau peradilan umum. UUPK memberikan upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha, sebagaimana Pasal 45 ayat (2) UUPK penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh

melalui pengadilan atau di luar pengadilan sesuai dengan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Peraturan dan Undang-Undang yang berkaitan dengan transaksi jual beli merchandise K-Pop di twitter diharapkan lebih tegas dalam penerapannya. Konsumen harus lebih teliti dan paham mengenai hak-haknya dan pelaku usaha juga paham dengan kewajibannya, serta peran pemerintah yang tegas dalam penerapan UUPK.
2. Adanya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah terkait hak dan tanggung jawab pelaku usaha, sehingga baik pelaku usaha maupun konsumen dapat mengadvokasi dirinya sendiri. Hal ini bertujuan agar pelaku usaha sadar akan kewajiban dan pelanggaran yang dilakukannya, serta meminimalisir kerugian bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Halim Barkatullah. 2019. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Garfindo Persada.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo. 2008. *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Burhanuddin Susanto, 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Adrianus Meliala. 1993. *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- A.Z Nasution. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit.
- Eli Wuria Dewi. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Happy Susanto. 2008. *Hak-hak Konsumen jika dirugikan*. Jakarta: Visimedia.
- Ikit dkk. 2018. *Jual Beli dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Gava Media.
- Inosentius Samsul. 2004. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Janus Sidabalok. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Mariam Darus Badruzaman. 1981. *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*. Bandung: Alumni.
- Philipus M. Hadjon. 2011. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Philipus M. Hadjon, 1987. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Satjipto Raharjo. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. .

Shidarta, 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo.

Subeksi. 1992. *Aneka Perjanjian*, Bandung: PT Alumni.

Wahyu Sasongko. 2007. *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Lampung: Unila.

Yahya harahap. 1986. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

Skripsi

Adelia Mirzani Qisti. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Album K-Pop Melalui Sistem Pre Order secara Online". *Skripsi*. Palembang: Universitas Sriwijaya. 2022.

Debby Ferdina Felicia. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Merchandise Korean Pop secara Online". *Skripsi*. Semarang: UNISSULA. 2022.

Dini Khairuna Norasari. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Pembelian Unofficial Merchandise yang dijual oleh K-Pop Online Shop Prespektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam." *Skripsi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. 2023.

Rif'atul Khoiriah. "Analisis Kesesuaian Hukum dalam Jual Beli Album dan Merchandise K-Pop berdasarkan Hukum Islam dan Undang-Undang". *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2023.

Sekar Ayu Amiluhur. "Perlindungan Hukum Peredaran Kosmetik yang Merugikan Konsumen". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. 2018.

Jurnal

- Abuyazid Bustomi, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Kerugian Konsumen”, *Jurnal Hukum*, Vol.16 No. 2, 2018.
- Andhika Mediantara Primayoga dkk, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Menerima Barang tidak sesuai Pesanan dalam Transaksi Jual Beli Online”, *Diponegoro Journal Law*, Vol. 8 No. 3, 2019.
- Annas Tasya Nur Aprisa dkk, “Penerapan Itikad Baik dalam Pelaksanaan Jual Beli Merchandise K-Pop secara Online di Indonesia”, *Jurnal Krisna Law*, Vol. 5 No. 1, 2023.
- Ariella Chrestella dkk, “Ilustrasi Merchandise Memanfaatkan Fenomena K-Pop di Indonesia”. *Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual*, Vol. 1 No.2, 2018.
- Cindy Aulia Khotimah, Jeumpa Crisan Chairunnisa, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)”, *Business law Journal*, Vol. 1 No. 1, 2016.
- Husnul Khatimah, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Aplikasi Lazada dan Shopee”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, Vol. 4 No. 3, 2022.
- Kristinia Montolalu dkk, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan Melalui Aplikasi gojek”, *Jurnal Lex Administratum*, Vol. IX No. 04, 2023.
- Moh. Zainol dkk. “Perbuatan Melawan Hukum dalam Transaksi Jual Beli melalui Internet ditinjau dari Buku II KUHPerduta”. *Jurnal Jendela Hukum Fakultas UNJA*, Vol. 1 No. 2, 2014.
- Nurhalis. “Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999”, *Jurnal IUS*, Vol. III No. 9. 2015.
- Roberto Ranto, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2 No. 2, 2019.
- Septiani Pratiwi Putri dkk, “Aplikasi Jual Beli Merchandise K-Pop Berbasis Website”. *Jurnal Riset Sains dan teknologi Informatika*, Vol. 01 No. 1, 2023.
- Shobirin, “Jual Beli dalam Pandangan Islam”, *Jurnal Bisnis dan Managemen Islam*, Vol. 3, No.2, 2015.
- Tri Setiady, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Pelanggaran Ketentuan Label Pangan yang dilakukan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-

Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen”, *Jurnal Yustitia*, Vol. 3 No.1, 2017

Data Elektronik

Dewan Pimpinan Pusat Federasi Advokat Republik Indonesia. *Pengertian, Bentuk, Penyebab dan Hukum Wanprestasi*, terdapat dalam <https://www.dppferari.org/pengertian-bentuk-penyebab-dan-hukum-wanprestasi/>. Diakses pada 8 Maret 2024, Pukul

Kamus Besar Bahasa Indonesia (t), kamus versi *online/daring* (dalam jaringan) <http://kbbi.web.id/tanggungjawab> diakses pada tanggal 1 Februari 2024, pukul 13.12

Kamus Besar Bahasa Indonesia <https://kbbi.web.id/konsumen.html>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2024, pukul 18.52 WIB

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/daring (dalam jaringan) <https://kbbi.web.id/jual%20beli>. Diakses pada tanggal 5 Februari 2014, pukul 14.30 WIB.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/daring (dalam jaringan) https://kbbi.kata.web.id/pelaku/#google_vignette. Diakses pada tanggal 2 Februari 2024, pukul 9.39 WIB.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Versi Online/daring (dalam jaringan) <https://kbbi.web.id/usaha.html>. Diakses pada tanggal 2 Februari, pukul 9.42 WIB.

Nurul Afifah. *Indonesia Jadi Negara Dengan Fans K-Pop Terbanyak Di Dunia*, <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023, pukul 9.30 WIB.

Penggemar Global Hallyu Lampau 150 juta Orang, Menunjukkan Peningkatan pesat, https://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=66020. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023, pukul 14.30 WIB.

Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Islam yang Perlu dipahami, terdapat dalam <https://kumparan.com/berita-hari-ini/rukun-dan-syarat-jual-beli-dalam-islam-yang-perlu-dipahami-1vVpB6yIkvY/full>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2024, pukul 17.30 WIB.

<https://x.com/conansapphire/status/1613779743744348160?s=46&t=tF8PtJEDeuRhEq1AJvuI2>. Diakses pada tanggal 26 Maret 2024, pukul 10.30.

Wawancara

Wawancara dengan konsumen bernama Ghina melalui WhatsApp Voice Call tanggal 26 Maret 2023.

Wawancara dengan konsumen bernama Ananda melalui WhatsApp Voice Call tanggal 26 Maret 2023.

LAMPIRAN



FAKULTAS
HUKUM

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 131/Perpus-S1/20/H/V/2024

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 : ALIANA FATIMA ZAHRA
No Mahasiswa : 20410744
Fakultas/Prodi : Hukum
Judul karya ilmiah : PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
MERCHANDISE K- POP DI TWITER.

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil 18%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Mei 2024 M
13 Dzulqoidah 1445 H

Kepala Divisi Adm. Akademik

M. Arief Satejo Kinady, A.Md