

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia dalam kegiatan jual beli perlu melakukan transaksi produk. Produk yang dimaksud dapat berupa elektronik, pakaian, otomotif, dan lain-lain. Transaksi jual beli hanya dapat dilakukan jika produk tersebut memiliki nilai-nilai tertentu. Nilai berkaitan dengan manfaat yang diberikan oleh barang untuk memenuhi kebutuhan dan/atau keinginan manusia. Transaksi jual beli terdiri dari 2 (dua) pihak yaitu pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha terdiri dari *e-commerce* dan penjual yang menjual produk dalam *e-commerce*. Pelaku usaha menjanjikan beberapa hal kepada konsumen seperti kualitas produk, bentuk produk, ukuran produk, warna produk, bahan produksi, dsb untuk meyakinkan kepercayaan konsumen tentang kualitas barang yang ditawarkan. Akan tetapi, sering kali hal yang diperjanjikan oleh pelaku usaha berbeda dengan apa yang diterima oleh konsumen atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Sebagai contoh, Rudy menceritakan bahwa ia menjadi korban penipuan saat berbelanja online di suatu *marketplace*. Rudy berbelanja celana sebanyak 1 (satu) pasang, ketika barangnya datang beliau menerima celana dengan jahitan jebol dan ukuran yang tidak sesuai.<sup>1</sup> Hal ini banyak dilakukan oleh pelaku usaha dimana pada saat menjual produknya pelaku usaha

---

<sup>1</sup>MediaKonsumen, “Tim Mediasi Shopee Lebih Berpihak Pada Seller”, <https://mediakonsumen.com/2021/02/08/surat-pembaca/tim-mediasi-shopee-lebih-berpihak-kepada-seller>, diakses pada 29 Agustus 2022, hal. 1

mencantumkan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi atau kenyataan yang sebenarnya.

Pada awalnya perdagangan dilakukan dengan cara konvensional yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan perkembangan teknologi, pasar sebagai tempat bertemunya *supply and demand* mengalami perubahan. Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi.

Shopee dikenal sebagai salah satu platform *e-commerce* yang transaksinya menggunakan aplikasi. Platform belanja online ini merupakan yang terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Pertama kali berdiri ditahun 2015 dengan tujuan untuk menjadi kekuatan transformatif teknologi dan mengubah dunia menjadi lebih baik dengan cara menyediakan platform yang dapat menghubungkan konsumen dan pelaku usaha dalam satu komunitas. Shopee diluncurkan pertama kali di Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Platform ini membuat fitur-fitur yang mudah, aman, nyaman dan cepat.<sup>2</sup>

Shopee dapat mengisi pengalaman belanja online dengan berbagai pilihan produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Shopee menanamkan nilai yaitu simpel, bahagia, dan bersama-sama. Simpel artinya percaya akan kesederhanaan, integritas, jujur, serta rendah hati atau apa adanya. Bahagia artinya melayani dengan ramah, menyenangkan, dan

---

<sup>2</sup> Shopee.com, "Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan", <https://careers.shopee.co.id/about> , diakses pada 16 Juli 2022, hal.1

energetik. Dan bersama-sama artinya konsumen dapat menghabiskan waktu bersama dengan teman dan keluarga sembari berbelanja online.<sup>3</sup>

*Website* maupun aplikasi *e-commerce* memiliki banyak pilihan produk seperti produk elektronik, komputer dan telepon, pakaian, sepatu pria dan wanita, jam tangan, tas, hingga kesehatan dan otomotif. Shopee memungkinkan segala konsumen untuk berbelanja dimana saja dan kapan saja. Sejak dibentuknya platform ini, Shopee menggunakan konsep bisnis C2C (*Customer to Customer*) namun seiring dengan berjalannya waktu dan pengguna yang semakin meningkat Shopee telah beralih menjadi C2C dan B2C (*Business to Consumer*). Hal ini dikarenakan hadirnya fitur baru yaitu *Shopee Mall*.<sup>4</sup>

Shopee Indonesia menjadi salah satu contoh riil platform *e-commerce* yang berhasil memudahkan transaksi jual beli konsumen melalui internet. Shopee di Indonesia juga sukses menjadi contoh bagi platform-platform *e-commerce* lainnya untuk mengembangkan fitur mereka lebih baik lagi demi memudahkan jual beli online bagi konsumen. Dengan berbagai fitur dan promosi yang menarik perhatian, Shopee berhasil menjadi platform yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.<sup>5</sup>

Sebagai contoh dalam platform Shopee (*e-commerce*) pelaku usaha dapat menggunakan fitur foto maupun video serta *caption* yang disediakan Shopee untuk *upload* barang yang ingin didagangkan. Kemudian barang yang dijual oleh pelaku usaha harus sesuai dengan foto, video serta *caption* yang

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Riniisparwati.com, "Sejarah & Profil Perusahaan Shopee: Kapan Berdiri, CEO, Alamat Kantor", <https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/>, diakses pada tanggal 17 Juli 2022, hal.1

<sup>5</sup> *Ibid.*

mereka ungguh. Kendati demikian, kebanyakan konsumen yang sudah membeli produk di platform tersebut ternyata menerima barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan dalam foto, video, maupun *caption* dari pelaku usaha.

Transaksi jual beli online melahirkan suatu hubungan hukum antara penjual dan pembeli yang dituangkan dalam bentuk perjanjian secara elektronik. Pihak penjual dalam menawarkan produknya di internet harus menampilkan dan memberikan informasi secara lengkap dan benar terkait keterangan atau informasi tentang produk tersebut. Pembeli sebelum melakukan transaksi pembayaran juga turut wajib membaca informasi yang diutarakan penjual dan menanyakan dahulu jika terdapat informasi yang kurang lengkap tentang produk.<sup>6</sup> Perjanjian jual beli dianggap lahir pada saat "kesepakatan" telah dicapai oleh kedua belah pihak mengenai barang dan harga. Jika kedua belah pihak menyepakati barang dan harga, perjanjian jual beli dianggap sah.<sup>7</sup>

Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih telah mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih (Pasal 1313 KUHPerdata). Rumusan tersebut hendak memperlihatkan bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan, antara sekurang-kurangnya dua orang (dapat lebih), dan perbuatan tersebut melahirkan perikatan antar pihak-pihak yang berjanji.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Heylaw Edu, "Ketentuan Perjanjian Transaksi Jual-Beli Secara Online, Bagaimana ya?" <https://heylawedu.id/blog/ketentuan-perjanjian-transaksi-jual-beli-secara-online-bagaimana-ya>, diakses pada 30 Agustus 2022, hal. 1

<sup>7</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2014), hal. 2

<sup>8</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 7

Perjanjian jual beli, khususnya jual beli barang bergerak, merupakan perjanjian yang bersifat konsensual yakni mengikat pada saat terjadinya kesepakatan sekalipun harga belum dibayar dan barang belum diserahkan. Perjanjian jual beli dimaksudkan untuk mengalihkan hak milik suatu barang untuk imbalan atau kontra prestasi berupa uang. Perjanjian ini mewajibkan penjual untuk mengalihkan barang kepada pembeli dan menjamin barang yang dijual tidak ada cacat tersembunyi. Dengan kata lain, penjual bertanggung jawab jika barang yang dijual olehnya memiliki cacat tersembunyi, kecuali ditentukan lain dalam kontrak antara para pihak.<sup>9</sup>

Sejatinya, proses transaksi jual beli online tidak berbeda dengan jual beli secara konvensional yang mana pihak penjual dan pembeli sama-sama menyetujui hal-hal yang berkaitan dengan produk yang diperjualbelikan dengan harga yang terkait. Bedanya hanyalah penjual dan pembelinya tidak melakukan transaksi dengan bertemu secara langsung. Suatu transaksi jual beli online dianggap mengikat apabila terdapat perjanjian kontrak elektronik yang merujuk pada kesepakatan antar kedua belah pihak yaitu pembeli dan penjual. Biasanya, perjanjian kontrak elektronik dilakukan dalam bentuk *terms and condition*.<sup>10</sup>

Suatu kontrak perjanjian dianggap sah jika mengacu pada Pasal 1320 KUH Perdata dimana pasal tersebut menyatakan syarat sahnya suatu perjanjian ialah jika terdapat kesepakatan, para pihak yang telah cakap, adanya hal

---

<sup>9</sup> Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), hal. 3

<sup>10</sup> Sena Lingga, "Status Kekuatan Hukum terhadap Perjanjian dalam Jual Beli Online yang Dilakukan oleh Anak di Bawah Umur", *Wawasan Yuridika*, Vol. 3, No. 2 September 2019, hal. 199-216

tertentu, dan sebab yang halal. Adanya suatu kesepakatan dan para pihak yang cakap merupakan syarat subjektif dalam suatu perjanjian. Jika kondisi subjektif tidak terpenuhi, salah satu pihak dapat meminta untuk membatalkan kontrak. Sedangkan syarat untuk hal tertentu dan sebab yang halal merupakan syarat objektif dalam suatu perjanjian. Kegagalan untuk mematuhi kondisi objektif perjanjian menyebabkan perjanjian batal demi hukum. Dapat juga berarti bahwa perjanjian itu dinyatakan tidak pernah ada. Oleh karena itu, mengadakan kontrak jual beli *online* harus memenuhi semua persyaratan yang terkait dengan kontrak yang ditentukan oleh KUHPerdara agar kontrak tersebut dapat berlaku.<sup>11</sup>

Syarat-syarat jual beli melalui internet sebagian besar sama dengan yang diatur oleh hukum perdata, hanya saja kontrak yang lahir sejak tercapainya kesepakatan adalah pada saat diterimanya penawaran yang dilakukan oleh salah satu pihak. Menurut Pasal 20 ayat (1) UU ITE, terdapat 2 (dua) klik yang menyebabkan lahirnya perjanjian melalui internet, klik pertama adalah ketika calon pembeli melihat tawaran calon penjual di layar komputer. Klik kedua adalah ketika calon pembeli menerima tawaran tersebut. Kemudian dapat dianggap telah dibuatnya suatu perjanjian jual beli melalui internet. Sebenarnya lebih aman menggunakan sistem 3 (tiga) klik, dimana yang ketiga adalah adanya persetujuan calon penjual kepada calon pembeli tentang diterimanya

---

<sup>11</sup> RR Dewi dan Acep Heri Rizal, "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (*E-Commerce*) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan", Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I, Vol. 6, No. 3 2019, hal. 223-240

penerimaan dari calon pembeli. Sehingga penjual tidak mengelak bahwa mereka tidak pernah mendapat persetujuan dari calon pembeli.<sup>12</sup>

Jika konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan perjanjian maka konsumen berhak untuk menuntut ganti rugi pada pelaku usaha dan pelaku usaha harus bertanggung jawab atas peristiwa tersebut. Dengan karakteristik *e-commerce* seperti ini konsumen akan menghadapi berbagai permasalahan hukum. Untuk itu, diperlukan suatu perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce*. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat (1) tentang Perlindungan Konsumen (UPLK) mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan terhadap konsumen dianggap penting karena dapat mencegah terjadinya hal-hal yang dilarang oleh pelaku usaha dan meminimalisir terciptanya kerugian konsumen. Penting bagi pelaku usaha untuk memahami hukum perlindungan konsumen agar tidak melanggar hukum yang sudah berlaku dan berjalan sesuai dengan yang ditentukan.<sup>13</sup>

Kenyataan di Indonesia saat ini justru membuktikan bahwa Indonesia belum mampu mencegahnya. Penelitian menyebutkan bahwa Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menyatakan terdapat lonjakan aduan dari konsumen penggunaan layanan *e-commerce* pada tahun 2020. Adapun 1.276 aduan yang diterima hingga bulan Desember yang ternyata naik

---

<sup>12</sup> Djaja S. Meliala, *Hukum Perjanjian Khusus*, (Bandung: Nuansa Aulia, 2012), hal. 9-10

<sup>13</sup> Puteri Asyifa Octavia Apandy Melawati dan Panji Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 3, No. 1 Juli 2021, hal. 1

drastis dari 3 tahun sebelumnya. Ketua Komisi III BPKN menyebutkan bahwa jumlah aduan *e-commerce* mencapai 295 aduan ditinjau dari 23,11% dari total 1.276 aduan yang masuk. Sebelumnya di tiga tahun ke belakang dari tahun 2017 hingga 2019 BPKN mengaku hanya menerima total 32 aduan. Dihitung bahwa terdapat selisih sekitar 263 aduan dari tahun 2017-2019 dengan tahun 2020, tentunya jumlah tersebut tidak sedikit.<sup>14</sup> Pada tahun 2021, BPKN mengakui terdapat peningkatan lagi dari tahun 2020 mencapai 1.372 pengaduan yang diterima dari konsumen.<sup>15</sup> Pada tahun 2022, total penerimaan pengaduan konsumen BPKN hingga 14 Oktober 2022 adalah sebanyak 931 pengaduan dengan jumlah *e-commerce* sebanyak 158 aduan.<sup>16</sup>

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) juga mencatat bahwa terdapat 535 aduan konsumen yang diperoleh 59% dari telepon, 19% melalui WhatsApp, 11% melalui Instagram, 8% melalui Twitter, dan 3% melalui Facebook di tahun 2021. Setelah ditelusuri ternyata jumlah tersebut meningkat 33% dari tahun sebelumnya tahun 2020. Dari angka 535 aduan yang ada, 82% berasal dari konsumen pinjaman online, 16,6% berasal dari konsumen belanja *online*, dan 26% berasal dari kasus Grab Toko Indonesia.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup>Bisnis.com, “Pengaduan Soal E-Commerce Naik Signifikan Pada 2020“, <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2045>, diakses pada 19 Juli 2022, hal. 1

<sup>15</sup>Bisnis.com, “Pengaduan Konsumen ke BPKN Naik pada 2021, Jasa Keuangan Mendominasi“, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211220/12/1479651/pengaduan-konsumen-ke-bpkn-naik-pada-2021-jasa-keuangan-mendominasi>, diakses pada 19 Juli 2022, hal. 1

<sup>16</sup> BPKN, “Jumlah Pengaduan Konsumen BPKN s/d 14 Oktober 2022“, [https://bpkn.go.id/statistik\\_pengaduan](https://bpkn.go.id/statistik_pengaduan), diakses pada 10 Oktober 2022, hal. 1

<sup>17</sup> Reza Pahlevi, “YLKI Catat 535 Aduan Konsumen Sepanjang 2021” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/ylki-catat-535-aduan-konsumen-sepanjang-2021>, diakses pada 19 Juli 2022, hal.1



Kasus yang terjadi saat ini adalah Kasus Grab Toko. Kasus ini bermula dari keluhan masyarakat di media sosial usai membeli barang di Grab Toko salah satunya yaitu @ChardKurniawan. Korban menyatakan bahwa ia membeli dua ponsel di Grab Toko yakni Samsung Galaxy A51 seharga Rp2.340.000,00 (dua juta tiga ratus empat puluh ribu rupiah) pada tanggal 9 Desember 2020 dan Apple iPhone 12 Pro Graphite dengan harga Rp12.010.000,00 (dua belas juta sepuluh ribu rupiah) pada tanggal 3 Januari 2021. Pelaku usaha Grab Toko menjanjikan bahwa konsumen akan menerimanya di tanggal 4 Januari 2021. Namun, kedua barang tersebut tak kunjung diterima oleh @ChardKurniawan. Tidak lama kemudian pihak manajemen Grab Toko mengirim pengumuman yang berisi permintaan maaf kepada konsumen karena tidak menerima barang sesuai dengan waktu yang diperjanjikannya. Meski begitu, para konsumen tetap mengambil langkah pelaporan ke kepolisian. Terdapat sekitar 600 orang yang menjadi korban penipuan Grab Toko dengan total kerugian mencapai Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).<sup>18</sup>

Berangkat dari fenomena tersebut, perlindungan hukum untuk konsumen dianggap menjadi hal yang sangat penting untuk diperjuangkan mengingat semakin berkembangnya teknologi semakin banyak pula ancaman dan tantangan yang terjadi kepada konsumen. Hal ini membuat segala upaya yang dapat dilakukan untuk melindungi konsumen menjadi hal yang sangat mendesak,

---

<sup>18</sup> CNN Indonesia, “Kronologi Grab Toko Tipu 980 Orang dan Rugikan Rp17M” , <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210115135836-92-594181/kronologi-grab-toko-tipu-980-orang-dan-rugikan-rp17-m> , diakses pada 12 Juli 2022, hal.1

khususnya perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce* yang menerima barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan oleh pelaku usaha.

Belakangan ini, hampir seluruh penduduk Indonesia sudah menggunakan transaksi jual beli melalui layanan *e-commerce*. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat 88,1% penduduk Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli sebuah produk. Angka tersebut didapatkan dari hasil survei We Are Social pada tahun 2021 lalu.<sup>19</sup> Hasil ini menunjukkan bahwa Indonesia berada di tingkat pertama negara yang paling tinggi menggunakan *e-commerce* di seluruh dunia. Posisi kedua ditempati oleh Inggris dengan persentase 86,9% kemudian disusul oleh Thailand dengan persentase 85%.<sup>20</sup> Tidak dapat dipungkiri bahwa pendorongan terhadap transformasi digital terjadi secara cepat dan masif, penduduk Indonesia sekarang sudah tidak asing lagi dengan layanan *e-commerce*. Kendati demikian, pemerintah harus tetap mengutamakan aspek perlindungan konsumen.

Lahirnya transaksi jual beli melalui internet seperti *e-commerce* justru meningkatkan ancaman bagi konsumen dalam menerima barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Contohnya konsumen sering kali menerima barang yang kualitasnya berkurang, ukuran yang tidak sesuai, warna yang berbeda, dsb. Hal ini dikarenakan pelaku usaha dan konsumen tidak bertemu secara fisik.

---

<sup>19</sup> CNN Indonesia, “88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce”, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce> , diakses pada 12 Juli 2022, hal.1

<sup>20</sup> Andrea Lidwina, “Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia”<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> , diakses pada 12 Juli 2022, hal.1

*E-commerce* merupakan singkatan dari *electronic* dan *commerce* yang adalah suatu perdagangan atau jual beli yang dilakukan menggunakan elektronik. *E-commerce* menyediakan layanan seperti jual beli produk baju, makanan, tiket transportasi, pulsa, listrik, dan masih banyak lagi. Transaksi melalui *e-commerce* sangat memudahkan konsumen karena hanya perlu menggunakan internet untuk mengaksesnya. Transaksi *e-commerce* sendiri dapat berupa *business to business* (B2B), *business to consumer* (B2C), *consumer to consumer* (C2B), dan *consumer to business* (C2B).<sup>21</sup> Menurut seorang ahli bernama Loudon, *E-Commerce* diartikan sebagai:

“Suatu proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh pembeli dan penjual secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain. Dalam transaksi tersebut menggunakan komputer sebagai perantaranya.”<sup>22</sup>

*E-commerce* memiliki berbagai macam platform di antaranya adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dll. Setiap platform tentunya memiliki keunggulannya masing-masing. Berdasarkan hasil riset iPrice pada kuartal IV tahun 2020, platform Shopee dinyatakan menjadi platform *e-commerce* yang begitu populer hingga mencapai 96 juta pengunjung per bulannya sedangkan Tokopedia hanya mencapai 84,9 juta dan platform lainnya berada dibawahnya. Dapat diketahui bahwa Shopee menduduki platform yang paling terkenal dikarenakan Shopee merupakan *marketplace* yang fokus kepada konsumen-konsumen berusia muda. Shopee juga merupakan platform *e-commerce* yang

---

<sup>21</sup>Dini N. Rizeki, “E-commerce adalah: Pengertian dan Contoh E-commerce” <https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah> , diakses pada 12 Juli 2022, hal.1

<sup>22</sup> Business Marketing, “Pengertian E-Commerce dan Contohnya, Komponen, Jenis, dan Manfaat E-Commerce” , <https://idcloudhost.com/pengertian-e-commerce-dan-contohnya-komponen-jenis-dan-manfaat-e-commerce/> , diakses pada 14 Juli 2022, hal.1

paling banyak memiliki fitur-fitur seperti *Flash Sale*, *Shopee Tanam*, *Late Night Sale*, *Shopee Mall*, *Shopee Feed & Shopee Live*, dll. Masih berdasarkan hasil riset iPrice di bulan Desember tahun 2020 Shopee dinyatakan unggul dari Tokopedia dalam jumlah *followers* Instagram sebanyak 5,9 juta pengikut dibandingkan Tokopedia hanya 2,1 juta pengikut. Hal ini mengartikan bahwa Shopee memegang popularitas 2 kali lipat dibanding Tokopedia.<sup>23</sup>

Sebagai tanggapan untuk itu, pemerintah harus memiliki strategi dan rangkaian regulasi untuk dapat memaksimalkan hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha khususnya dalam melakukan perjanjian jual beli melalui platform *e-commerce* terutama Shopee sebagai platform terunggul kini. Pemerintah sebagai peran terpenting telah melahirkan peraturan-peraturan hukum seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan Bab VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Elektronik, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Peraturan Pemerintah Republik

---

<sup>23</sup>Mahir Transaksi, "12 Kelebihan Shopee Dibanding Tokopedia [Hasil Riset], <https://mahirtransaksi.com/kelebihan-shopee-dibanding-tokopedia/> , diakses pada 14 Juli 2022, hal.1

Indonesia Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Seluruh hukum positif yang berlaku dicita-citakan dapat menanggulangi aduan-aduan yang diterima dari badan atau organisasi pemerintah. Hukum diharapkan dapat menutupi terjadinya perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha demi menciptakan keadilan dan kesejahteraan dalam transaksi jual beli *online*.

Pada penerapan transaksi jual beli menggunakan *e-commerce*, konsumen tidak jauh-jauh dengan kata kepastian hukum karena kata kepastian memiliki makna yang kuat dengan kebenaran yang ada. Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum adalah suatu syarat yang harus dipenuhi dalam hukum terhadap tindakan sewenang-wenang agar seseorang dapat memperoleh sesuatu yang diharapkannya dalam keadaan tertentu.<sup>24</sup>

Untuk melengkapi kepastian hukum konsumen terdapat hak-hak tertentu yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UPLK) khususnya dalam Pasal 4 ayat (1) bahwa konsumen memiliki “Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.” Dilanjutkan dengan Pasal 7 bagian a tentang kewajiban pelaku usaha bahwa kewajiban pelaku usaha adalah “Beritikad baik dalam melakukan usahanya.”

---

<sup>24</sup> R. Tony Prayogo, “Penerapan Asas Kepastian Hukum Dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Hak Uji Materiil dan Dalam Peraturan Mahkamah Konstitusi Nomor 06/PMK/2005 Tentang Pedoman Beracara Dalam Pengujian Undang-Undang (*The Implementation of Certainty Principle In Supreme Court Regulation Number of 2011 On Material Review Rights And In Constitutional Court Regulation Number 06/PMK/2005 On Guidelines For the Hearing In Judicial Review*)”, Jurnal Legislasi Indonesia, Vol. 13 No. 2 Juni 2016, hal.191-202

Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik juga diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara, demikian pula suatu perjanjian tidak hanya mengikat hal-hal yang tegas dinyatakan di dalamnya tetapi juga hal-hal seperti kepatutan, kebiasaan, atau undang-undang harus dilakukan dalam suatu perjanjian.<sup>25</sup>

Pelaku usaha dilarang keras untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan suatu barang yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, sebagaimana yang termuat dalam Pasal 8 UUPK. Tidak hanya hukum positif dalam UUPK saja, perlindungan hukum konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik juga diatur dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE tentang perbuatan yang dilarang bahwa : “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.” Hal ini juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan Pasal 3 huruf j bahwa : “Pengaturan kegiatan perdagangan bertujuan untuk meningkatkan perlindungan konsumen.” Demikian juga dalam Pasal 65 huruf ayat (1) dan (2) bahwa :

“(1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar. (2) Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).”

---

<sup>25</sup> Djaja S. Meliala, *Hukum Perdata Dalam Perspektif BW*, (Bandung: Nuansa Aulia, 2014), hal. 176-177

Selain aduan yang disebutkan sebelumnya, terdapat pula kenyataan yang terjadi di masyarakat bahwa menurut laporan Media konsumen, platform Shopee menerima sekitar 140 lebih keluh keluh konsumen atas ketidaksesuaian barang dengan yang telah diperjanjikan oleh pelaku usaha pada tahun 2022 hingga 10 November 2022.<sup>26</sup> Sebagai salah satu contoh, kasus yang baru terjadi pada tanggal 8 Agustus 2022, Fransisca melakukan transaksi di Shopee sejumlah Rp194.000,00 dengan nomor pesanan 220808JUW7XXXX. Sampai pada tanggal 31 Agustus 2022 barang tidak kunjung diterima oleh Fransisca padahal seharusnya tanggal 10 Agustus 2022 Shopee menjanjikan bahwa barang akan sampai di tempat pembeli. Fransisca kemudian mengambil tindakan dengan meminta pengembalian dana karena barang tidak sampai dan klik tombol komplain di aplikasi Shopee. Pihak Shopee meminta agar Fransisca mengirimkan bukti beserta dengan status resinya tetapi Shopee mengatakan bahwa laporan Fransisca ditutup karena ia belum mengirimkan bukti pengiriman barang. Pada hari yang sama, Shopee menghubungi pembeli dan mengatakan bahwa barang pesannya dinyatakan hilang oleh Si cepat dengan nomor resi 00406857XXXX. Selanjutnya Fransisca hanya berkomunikasi dengan Si cepat. Namun pada kenyataannya, Si cepat dengan Shopee main lempar melempar hingga 1 September 2022 belum ada penggantian apa pun dan Si cepat sudah tidak membalas *chat* Fransisca lagi. Dengan ini konsumen beranggapan

---

<sup>26</sup> Media Konsumen, “Pihak Mediasi Shopee Tidak Adil”, <https://mediakonsumen.com/?s=shopee#gsc.tab=0>, diakses pada 8 September 2022, hal. 1-132

bahwa pihak Shopee maupun Sicepat tidak bertanggung jawab atas kehilangan barang konsumennya.<sup>27</sup>

Kasus kedua dialami oleh Elok Ayda, beliau mengalami penipuan atas penerimaan barang yang tidak sesuai dengan pesannya. Adapun no resi barang pesanan Elok adalah 220203H93RXXXX dan kode laporan 1490051671714475XXXX dengan alasan barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan yaitu Voopo Vinci Mod Pod Kita 100% autentik sebanyak 3 biji dan Mod Smok RPM40 Starterkit Autentik sebanyak 2 biji. Nyatanya kualitas barang yang dikirim tidak autentik, tidak sesuai dengan keterangan dalam etalase penjual. Sedangkan yang diterima adalah Voopo Vinci Pod sebanyak 5 biji palsu atau tidak autentik. Penjual sama sekali tidak merespon komplain Elok kemudian pembeli menganggap bahwa Shopee merugikan dan tidak melindungi konsumennya dari oknum pedagang yang nakal.<sup>28</sup>

Kasus ketiga, konsumen bernama Jocelyn pada tanggal 28 Juni 2022 memesan barang di Xiaomi Official Store (Shopee Mall) dengan nomor resi 2206282UHGXxxx. Jocelyn memilih pengiriman *Express Sameday* dari Gudang Deli Serdang Medan karena penerima di Medan. Namun hingga tanggal 1 Juli 2022 paket belum diterima oleh Jocelyn. Konsumen dengan ini beranggapan bahwa pelaku usaha Shopee tidak melakukan apa yang telah diperjanjikannya.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Fransisca, "Shopee dan Sicepat Belum Menyelesaikan Transaksi Barang Hilang Saya". <https://mediakonsumen.com/2022/08/31/surat-pembaca/shopee-dan-sicepat-belum-menylesaikan-transaksi-barang-hilang-saya>, diakses pada 10 september 2022, hal. 1

<sup>28</sup>Elok Ayda, "Klaim Pesanan di Shopee atas Barang Palsu dan Tidak Sesuai Pesanan". <https://mediakonsumen.com/2022/02/13/surat-pembaca/klaim-pesanan-di-shopee-atas-barang-palsu-dan-tidak-sesuai-pesanan/amp>, diakses pada 10 september 2022, hal. 1

<sup>29</sup> Max, "Kurir Shopee Xpress "Sameday" Berubah Menjadi "Standard" Saat Pengiriman dari Shopee Mall", <https://mediakonsumen.com/2022/07/04/surat-pembaca/kurir-shopee-xpress->



Kasus keempat, konsumen bernama Bryant Rudy telah membeli sepatu di Adidas Official Store Shopee dengan nomor pesanan 220610ECNNXXXX. Ternyata barang yang diterima oleh Bryant tidak sesuai yaitu ukuran yang diterimanya berbeda dengan yang dipesan. Bryant memesan sepatu ukuran UK 9 dan menurut informasi yang diberikan, ukuran UK 9 sama dengan 10.5". Karena tidak ada keterangan ukuran milimeter maka Bryant menyimpulkan bahwa  $10.5" \times 2.54 = 266.7\text{cm}$ . Namun setelah menerima paketnya, ukuran sepatu yang diterima oleh Bryant adalah UK 9 – 275cm. Ada kemungkinan bahwa Adidas Shopee menggunakan rumus yang berbeda sehingga ukuran  $10.5" = 275\text{cm}$ . Pelaku usaha Shopee kemudian secara sepihak menyatakan bahwa produk sudah diterima oleh Bryant tanpa konfirmasi dari Bryant terlebih dahulu. Konsumen menganggap bahwa Shopee tidak memberikan informasi yang lengkap dan tidak bertanggung jawab terhadap sepatu yang diterima dengan ukuran yang berbeda.<sup>30</sup>

Dapat dilihat bahwa terdapat pertentangan diantar fenomena yang terjadi dimasyarakat dengan hukum positif yang dicita-citakan dan yang dikehendaki oleh pemerintah. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) sebagai hukum tertinggi, dalam alinea ke-4 menyatakan bahwa : "...daripada itu untuk membentuk suatu pemerintahan negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia..." dan Pasal 27 ayat (2) yang menyatakan bahwa : "Tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan." Oleh karena

---

sameday-berubah-menjadi-standard-saat-pengiriman-dari-shopee-mall , dikases pada 15 Juli 2022, hal.1

<sup>30</sup>Bryant, "Adidas Official Store Shopee Menolak Retur/Tukar Meskipun Pesanan Tidak Sesuai" <https://mediakonsumen.com/2022/06/22/surat-pembaca/adidas-official-store-shopee-menolak-retur-tukar-meskipun-pesanan-tidak-sesuai> , diakses pada 16 Juli 2022, hal.1

itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap hukum perlindungan konsumen yang menerima barang namun tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN SHOPEE (E-COMMERCE) ATAS KETIDAKSESUAIAN BARANG YANG DIPERJANJIKAN.”** Dari judul tersebut saya menarik rumusan masalah yang tertera di bawah ini.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen Shopee (*E-Commerce*) yang menerima barang namun tidak sesuai dengan yang diperjanjikan?
2. Bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang menerima barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk melakukan pengembangan ilmu hukum ke depan bagi konsumen Shopee (*E-Commerce*) yang menerima barang namun tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.
2. Untuk memecahkan persoalan hukum terhadap tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang menerima barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

2. Memberikan sumbangan referensi bagi Peneliti selanjutnya yang sedang melakukan penelitian tentang perlindungan hukum bagi konsumen Shopee (*E-Commerce*) atas ketidaksesuaian barang yang diperjanjikan.
3. Memberikan ilmu pengetahuan yang mendalam terkait dengan penegakan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli *online*.
4. Memberikan sumbangan pemikiran bagi aparat penegak hukum beserta pemerintah dalam upaya perlindungan hukum terhadap konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Memberikan upaya preventif terhadap ketidakseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen dengan pelaku usaha.
2. Meningkatkan kecerdasan konsumen dalam membeli barang atau produk melalui platform *e-commerce*.
3. Memberikan kesadaran pelaku usaha untuk tidak melakukan kecurangan atau ketidakadilan dalam menjual barang/produk. Tiap dagangan pelaku usaha harus sesuai dengan apa yang diperjanjikan.
4. Memberikan upaya pencegahan kepada pemerintah dengan mempertegas peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Pembaca dapat lebih mudah melihat dan mengetahui penelitian ini secara menyeluruh melalui uraian yang Peneliti jabarkan secara ringkas yaitu sistematika penulisan ilmiah yang terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I menguraikan pendahuluan yang terbagi dalam 5 (lima) bagian, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II menguraikan teori yang menjadi landasan dalam penulisan ilmiah yang meliputi landasan teori dan landasan konseptual antara lain landasan teori membahas tentang 2 (dua) hal yaitu teori perlindungan hukum dan teori perjanjian. Berikutnya landasan konseptual membahas tentang *E-Commerce*, Shopee, Barang, Perjanjian Jual Beli Online, Perlindungan Konsumen, Konsumen, Pelaku Usaha, dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III menguraikan pendekatan yang menjadi landasan penelitian dalam penelitian ilmiah ini. Bab ini meliputi metode pendekatan, jenis penelitian, tipe penelitian, sumber dan jenis data, serta teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab IV berisi 3 (tiga) bagian yaitu hasil penelitian, analisis rumusan masalah pertama, dan analisis rumusan masalah kedua. Secara keseluruhan bab ini membahas dari hasil penelitian yang ditemukan untuk menganalisis rumusan masalah yang tercantum yaitu bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (*E-Commerce*) yang Menerima Barang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian dan Bentuk Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini dan saran dari penulis.

