

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi pada masa ini telah berkembang sangat pesat. Dunia digital telah membawa banyak perubahan dalam cara manusia melakukan banyak hal. Perkembangan zaman telah memberikan peran sentral bagi teknologi informasi dalam aspek kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan teknologi informasi telah menghapus batas jarak, ruang, dan waktu sehingga meningkatkan produktivitas dan efisiensi secara signifikan.

Kini sistem informasi dan komunikasi elektronik telah diimplementasikan pada hampir semua sektor kehidupan dalam masyarakat yang akhirnya juga mengakibatkan terciptanya suatu pasar baru yang telah mendorong perkembangan sistem ekonomi masyarakat dari tradisional ekonomi yang berbasis industri manufaktur ke arah digital economy berbasis informasi, kreatifitas intelektual dan ilmu pengetahuan yang juga dikenal dengan istilah Creative Economy.¹

Perkembangan teknologi ternyata berdampak luas terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, perkembangan teknologi informasi ini membawa banyak pengaruh positif, yang dimaksud dari pengaruh positif ini seperti:

- a) Pertukaran sebuah informasi yang menjadi lebih mudah dan cepat
- b) Memudahkan pekerjaan
- c) Pekerjaan yang dapat dilakukan oleh satu orang menjadi lebih efektif dan efisien

¹ Edmon Makarim, *Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Sistem Elektronik*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 2.

- d) Sistem pembelajaran dapat dilakukan secara *online* tanpa harus melakukan tatap muka

Dibandingkan dengan dampak positif yang ada, kemunculan dampak negatif dari perkembangan teknologi ini tentunya juga tak terhindarkan. Banyaknya bahaya yang dapat mengancam generasi muda, apabila tidak dapat mengontrol diri tentu akan kita rasakan dampak-dampak di bawah ini:

- a) Menurunnya Sosialisasi Antar Manusia, Salah satu akibat dari munculnya alat komunikasi adalah mulai berkurangnya sentuhan atau interaksi antar manusia secara langsung. Karena saat ini mayoritas orang bahkan sudah mulai memilih segalanya secara online.
- b) Teknologi dapat Menggantikan Peran Manusia, Pada tahun 1750-1850 dimana terjadi perubahan besar di bidang pertanian, manufaktur, pertambangan, transportasi dan teknologi. Pada revolusi tersebut tercatat meninggalkan dampak yang sangat besar, dimana kondisi sosial berubah namun sisi lainnya memberikan dampak keuntungan produksi serta mengurangi beban tenaga kerja yang sangat signifikan. Hal ini tampaknya akan kembali terulang seiring perkembangan teknologi dan tidak akan berhenti sampai kapanpun.

Salah satu sistem internet yang berkembang pesat adalah sistem penjualan secara elektronik (e-commerce) yang sangat populer dikalangan penggunanya. Melalui sistem ini para pemasar berusaha merangsang para pengguna internet agar tertarik membeli produk mereka. Pemasar harus mampu mempengaruhi para konsumen agar memilih produk mereka mengingat banyaknya pesaing yang juga menjalankan bisnis yang sama.

E-commerce adalah suatu transaksi perdagangan yang memungkinkan adanya jual beli tanpa harus mempertemukan secara langsung antara penjual dan pembeli. Sistem perdagangan ini memerlukan rasa kepercayaan yang kuat antara satu dengan yang lainnya, antara pihak penjual dengan pembeli. *E-commerce* bagian dari hukum bisnis atau hukum dagang, perkembangan dalam dua hal tersebut berlanjut dikarenakan efek dari perubahan zaman yang merubah teknologi. Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang diruangkan secara elektronik.

Menurut Heru Susilo *Electronic Commerce* atau perdagangan elektronik yaitu Transaksi jual beli pada internet yang tidak berbeda dengan perdagangan pada umumnya, yang menjadi pembeda adalah media yang mempertemukan penjual dengan pembeli secara tidak langsung atau betatap muka.²

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (yang selanjutnya disebut UU ITE), khususnya melalui Pasal 1 angka 17, kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Sedangkan sistem elektronik itu sendiri adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan atau menyebarkan informasi elektronik. Hal ini diatur dalam Pasal 1 angka 5 UU ITE.³ Ciri-ciri dari kontrak elektronik adalah (1) Dapat terjadi secara jarak jauh bahkan dapat melampaui batas-batas suatu

² Heru Susilo, *Implementasi E-commerce Sebagai media penjualan online*, (Malang, Jurnal Hukum Brawijaya, 2015), h.2

³ Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Pasal 1 angka 17 dan pasal 1 angka 5, *Tentang informasi dan Transaksi Elektronik*

negara melalui internet; (2) Para pihak dalam kontrak elektronik tidak pernah bertatap muka (faceless nature), bahkan mungkin tidak akan pernah bertemu.

Terdapat tiga pilar penting dalam perkembangan bisnis atau modernisasi, yaitu;

- (1) Perlindungan hak atas kekayaan perorangan
- (2) Konsentrasi pasar
- (3) Persaingan yang sehat.⁴

Hal ini telah masuk pada periode perkembangan bisnis saat ini yang mana ke tiga pilar tersebut telah terpenuhi dan perkembangan bisnis masuk kedalam revolusi industri 4.0 yaitu semua perubahan beralih ke arah digital yang menimbulkan beberapa peristiwa baru seperti perdagangan elektronik, uang elektronik dan yurisdiksi hukum negara yang menjadi kabur atau hilang. Peristiwa hukum jual beli tidak terlepas dengan kesepakatan para pihak, dalam jual beli para pihak yang terikat disebut penjual dan pembeli. Dalam kesepakatan jual beli lahirlah perjanjian dimana penjual dan pembeli besepakat untuk melakukan jual beli. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana 2 (dua) orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.

Suatu perjanjian adalah semata-mata untuk suatu persetujuan yang diakui oleh hukum. Persetujuan ini merupakan kepentingan yang pokok di dalam dunia usaha dan menjadi dasar bagi kebanyakan transaksi dagang seperti jual beli barang, tanah, pemberian kredit, asuransi, pengangkutan barang, pembentukan organisasi usaha dan termasuk juga menyangkut tenaga kerja.⁵

⁴ Romli atmasasmita, *Hukum Kejahatan bisnis teori dan praktik di era globalisasi*, (Jakarta, Premedia Group, 2014), h.25

⁵ Abdul Kadir Muhammad,, *Hukum Perjanjian*,(Bandung : PT. Citra Aditya Abadi, 1992), h. 93.

Jual beli *online* sering disebut juga dengan *online shopping*, atau jual beli melalui media internet adalah satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan Informasi yang dilakukan secara elektronik. Lahirnya jual beli *online* dikarenakan adanya kontrak jual beli yang terjadi secara elektronik antara penjual dan pembeli. Kontrak ini dilakukan melalui media elektronik (digital medium) tanpa kehadiran fisik dari para pihak. Media ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka, yaitu internet atau *World Wide Web*. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional. Transaksi jual beli *online* meliputi banyak hal, maka untuk membedakannya dibagi menjadi

Ada 8 (delapan) Jenis-jenis Jual Beli *Online* sebagai berikut:

1) *Business to Business*

Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah sering mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.

2) *Business to Consumer*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut biasanya system yang digunakan adalah system web karena system ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

3) *Consumer to Consumer*

Transaksi jual beli yang terjadi antar individu dengan individu yang akan saling menjual barang.

4) *Consumer to Business*

Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

5) *Non-Business Electronic Commerce*

Transaksi yang merupakan kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain.

6) *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce*

Kegiatan ini meliputi semua aktifitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, Informasi dan menjual produk perusahaan kepada karyawan.

7) *Governer to Citizens*

Pelayanan pemerintah terhadap warga negaranya melalui teknologi *e-commerce*, selain itu dapat digunakan untuk kerjasama antara pemerintah dengan pemerintah lain atau dengan perusahaan.

8) *Mobile Commerce*

Memungkinkan penggunaan internet tanpa kabel, seperti mengakses internet melalui handphone.

Perjanjian jual beli *online* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, service providers, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet.⁶

⁶ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 203.

Sedangkan pengertian lain dari perjanjian jual beli *online* (*e-commerce*) adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak.⁷

Salah satu elektronik (*e-commerce*) yang berkembang pesat saat ini adalah tokopedia. Tokopedia adalah perusahaan internet yang memungkinkan setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis online mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memungkinkan pengalaman berbelanja online yang lebih aman dan nyaman. Namun terdapat beberapa kasus penyimpangan seperti halnya dalam transaksi elektronik, yang menggunakan berbagai cara agar konsumen atau bahkan produsen atau pelaku usaha terjebak dan merasa dirugikan. Salah satunya adalah konsumen di dalam sebuah situs jual beli elektronik yang bernama “Tokopedia”. Alih-alih mendapatkan barang yang didapatkan konsumen ini justru terjebak dan merasa ditipu dengan produk yang ditawarkan oleh oknum produsen atau pelaku usaha di situs tersebut. Berawal dari ingin mencari dan membeli sebuah *Hard Disk* di situs jual beli online tersebut seharga Rp. 450.000,-, namun konsumen malah mendapatkan gambarnya saja. Padahal jelas yang disebutkan dalam judul iklan tersebut adalah iklan sebuah *Hard Disk* yaitu berjudul “Hardisk external WD 1 Tb”. Walaupun memang dalam deskripsi pada produk tersebut bertuliskan “*hanya gambar saja*” namun pada deskripsi toko tersebut bertuliskan jelas “*menjual barang barang untuk elektronik dan lain lain, barang di jamin berkualitas dan tidak ada pemalsuan*”. Jelas dalam kejadian tersebut konsumen merasa dirugikan.

⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2004), h. 12.

Dari kasus-kasus kerugian yang di alami konsumen di atas dapat diketahui bahwa Tokopedia selayaknya wajib bertanggung jawab atas kasus penerimaan barang yang tidak sesuai dengan barang yang dipesan terhadap pembeli yang telah di rugikan penjual dari salah satu toko yang berada di Tokopedia, tentunya pembeli harus mendapatkan perlindungan hukum dari pihak Tokopedia, dikarenakan si pembeli telah dirugikan karena barang yang dia dapat tidak sesuai dengan iklan dan hanya menerima gambar nya saja.

Banyaknya fenomena seperti kasus-kasus dibawah ini :

Contoh Kasus pertama,

Maharani Nastiti adalah salah satu konsumen Tokopedia yang mengalami kerugian akibat penjualan melalui Platform Tokopedia, hal ini terjadi pada tanggal 14 Februari 2020, Maharani membeli masker disalah satu toko di Tokopedia, dengan deskripsi pembelian masker ada beberapa warna yang disediakan yaitu warna hitam, merah, ungu, putih, dan hijau, dengan bahan 3 ply yang aman untuk digunakan oleh konsumen. Maharani membeli beberapa masker yang tersedia di toko tersebut berwarna hijau, ungu, dan putih dengan harga Rp. 32.000.- perboxnya dan harga ongkos kirim yang Maharani bayar sebesar Rp. 9.000,- total pembelian di toko tersebut yaitu Rp. 105.000,- setelah pembayaran dilakukan oleh Maharani lalu toko langsung memproses pesanan Maharani untuk dikirim oleh jasa pengiriman barang selama kurang lebih 3-4 hari perjalanan. Pada tanggal 16 Februari 2020 barang yang di pesan oleh Maharani sampai di rumah. Setelah sampai bu Maharani bergegas untuk mengecek barang yang dipesannya, setelah di cek barang yang dipesannya ternyata masker tersebut salah warna pesanan awal yaitu pesan warna hijau, ungu, dan putih akan tetapi barang yang sampai ternyata warna hijau, putih, dan hitam.

Lalu Maharani langsung mengadu kepusat resolusi untuk mengganti barangnya yang salah dikirim oleh toko, disinilah konsumen dan pelaku usaha bernegosiasi untuk menemukan jalan keluar, akan barang tersebut di ganti atau barang dan uangnya dikembalikan 100%, disini pihak pelaku usaha dan konsumen diberikan waktu selama 1x24 jam untuk menemukan jalan keluar, akan tetapi pelaku usaha tidak merespon dengan baik pengaduan tersebut, dengan pelaku usaha yang lama membalas pesan dari Maharani lalu Maharani langsung menghubungi pusat resolusi kembali untuk mengambil cara mediasi, disini Tokopedia awalnya menanggapi permasalahan dari konsumen akan tetapi karna server error selama 2 hari maka kejadian permasalahan ini tidak menemukan jalan keluar, yang berakhir masker yang di pesan oleh Maharani tidak di ganti oleh pihak

pelaku usaha, dan disinilah tidak adanya perlindungan hukum bagi konsumen ketika memesan barang tidak sesuai dengan pesanan yang dikirim oleh pihak pelaku usaha.

Contoh Kasus Kedua,

Yang dialami oleh Fredy Leoagni Nantama warga Kalipancur, Semarang, Jawa Tengah. Pada tanggal 5 Februari 2015 ia telah menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli online Tokopedia. Awalnya Fredy ditawarkan handphone ternama iPhone 6 dengan harga Rp 4.500.000,00 (empat juta lima ratus ribu rupiah) oleh seseorang yang bernama Sisilia melalui sebuah grup Blackberry Massanger. Setelah mencari informasi tentang spesifikasi handphone yang akan dibeli akhirnya Fredy bersepakat untuk membeli barang tersebut. Ketika telah melakukan transaksi pembayaran untuk pembelian iPhone ternyata ketika barang telah sampai bukan handphone yang didapatinya malah barang pesanan yang datang justru dua buah lipstik mainan. Kemudian pada hari Sabtu, tanggal 14 Februari 2015 dengan kejadian tersebut Fredy mengadukan kasus sangkaan penipuan di Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu Polrestabes Semarang dengan tersangka Sisilia.

Contoh Kasus Ketiga,

Cerita berawal saat pembeli bertransaksi di Tokopedia. Pembeli membeli sebuah radio recorder dengan merek Asastron R1051USB (4 band) dengan harga Rp. 150.000 (seratus lima puluh ribu rupiah) dan ongkos kirim Rp. 10.000 (sepuluh ribu), total pembayaran sebesar Rp. 160.000 (seratus enam puluh ribu rupiah). Pada tanggal 2 November 2017, kiriman barang datang tapi barang yang dikirim adalah radio dengan merek Mitsuyama. Sekilas, radio Mitsuyama ini mirip dengan radio Asatron yang saya pesan, tapi kalau diperhatikan dengan seksama jelaslah sangat berbeda. Saya komplain ke Tokopedia, yang memberi solusi agar saya menghubungi penjualnya langsung.

Dari kasus-kasus kerugian yang di alami konsumen di atas dapat diketahui bahwa Tokopedia selayaknya wajib bertanggung jawab atas kasus penerimaan barang yang tidak sesuai dengan barang yang dipesan terhadap pembeli yang telah di rugikan penjual dari salah satu toko yang berada di Tokopedia, tentunya pembeli harus mendapatkan perlindungan hukum dari pihak Tokopedia, dikarenakan si pembeli telah dirugikan karena barang yang dia dapat tidak sesuai dengan iklan dan hanya menerima gambar nya saja.

Apabila terjadi ketidaksesuaian objek dalam transaksi jual beli online, yaitu Islam melarang adanya kegiatan jual beli yang didalamnya terdapat unsur penipuan, penghianatan dan ketidakjelasan objek atau ketidakpastian dalam pelaksanaan jual beli. Oleh karena itu, hukum jual beli yang terdapat unsur tersebut adalah haram dan bentuk pertanggungjawaban pihak penjual kepada pembeli dalam transaksi jual beli online apabila terjadi ketidaksesuaian objek yang telah dipesan yaitu menuntut ganti kerugian yang disebabkan atas kesalahan dan kelalaian penjual, sehingga penjual berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab seperti yang diatur dalam Pasal 7 huruf g undang-undang tentang perlindungan konsumen, yaitu kewajiban pelaku usaha memberikan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dan upaya penyelesaiannya jika barang yang dikirim tidak sesuai pesanan dalam jual beli online terdapat dua pilihan. Penyelesaian sengketa menurut Pasal 45 nomor 2 undang-undang perlindungan konsumen, dapat ditempuh melalui pengadilan atau litigasi maupun di luar pengadilan atau nonlitigasi berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Mengenai kesimpulan dan saran, penulis sampaikan terkait dengan perlindungan hukum bagi konsumen atas pelaku usaha atau penjual online yang objeknya tidak sesuai dengan pesanan. Kesimpulan penulis dalam skripsi ini ialah pandangan hukum Islam yang melihat ketidaksesuaian objek dalam praktek perdagangan jual beli online, sehingga pada akhirnya akad jual belinya pun menjadi tidak sah bahkan haram.

Bentuk pertanggung jawaban pihak penjual apabila terjadi ketidaksesuaian objek yang diakibatkan bukan tindakan konsumen, sesuai dengan

undang-undang perlindungan konsumen pihak penjual berkewajiban memberikan kompensasi, mengganti kerugian, atau pengembalian barang yang nominalnya setara. Serta upaya penyelesaian sengketa yang digunakan apabila terjadi sengketa pada kedua belah pihak yaitu melalui pengadilan atau litigasi dan penyelesaian di luar pengadilan atau nonlitigasi. Saran yang diajukan penulis yaitu untuk semua pihak yang bersangkutan dalam bertansaksi jual beli secara online ini mengetahui hak-hak dan kewajibannya masing-masing, maka seharusnya pemerintah melakukan upaya-upaya pemberdayaan untuk melindungi konsumen dan pemerintah perlu membuat peraturan hukum tentang cyber law. hal itu disebabkan oleh pemikiran penulis bahwa adanya perundang-undangan tentang perlindungan konsumen kurang tepat apabila diterapkan dalam sengketa perdagangan dengan melalui internet atau online.

Dari pemaparan di atas tersebut, penulis menjadi tertarik untuk meneliti hal-hal yang dituang dalam judul, **“Tanggungjawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidak Sesuaian Barang Dalam Jual Beli *Online*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengapa terjadi ketidak sesuaian barang dalam jual beli *online*?
2. Bagaimana tanggung jawab Tokopedia terhadap konsumen apabila terjadi ketidak sesuaian barang dalam jual beli *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rincian permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka berikut ini dapat diuraikan beberapa hal yang menjadi tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui mengapa terjadinya ketidak sesuaian barang dalam jual beli *online*.
2. Untuk mengetahui Tanggung Jawab hukum Tokopedia terhadap konsumen apabila terjadi ketidak sesuaian terhadap barang yang dikirim.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memperluas ilmu pengetahuan secara akademis dibidang hukum pada umumnya maupun dalam bidang hukum perlindungan konsumen secara khususnya dengan mempelajari literatur yang ada serta perkembangan hukum yang timbul didalam kehidupan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada penegak hukum seperti pengadilan negeri, jaksa, pengacara, polisi dan hakim.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu sebagai salah satu syarat untuk menempuh gelar Sarjana Hukum Bisnis

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.0 Sejarah Singkat Tokopedia

Tokopedia Menjadi salah satu marketplace terbesar dengan pengunjung terbanyak di indonesia, tokopedia melewati berbagai hal untuk sampai ketitik seperti sekarang. Tanggal 6 february 2009 merupakan tanggal dimana tokopedia mulai dirintis oleh kedua pendirinya yaitu William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison dan peresmian peluncurannya adalah pada tanggal 17 agustus 2009. Pendirian Tokopedia ini merupakan sebuah hasil dari kedua pendirinya yang memiliki tujuan sama yaitu ingin meminimalkan jurang pemisah yang terjadi antara kota besar dan kota kecil. Karena latar belakang indonesia sebagai negara kepulauan dengan berbagai macam suku dan budayanya menyebabkan masih belum meratanya pembangunan infrastruktur⁸.

Akibatnya, banyak pedagang yang berasal dari kota kota kecil memutuskan untuk pindah ke kota demi mendapatkan pasar yang lebih luas serta penghidupan yang lebih baik. Selain itu, jika dilihat dari sisi konsumen, konsumen juga mengalami kesulitan untuk mendapatkan produk-produk yang diinginkan karena minimnya infrastruktur serta terbatasnya pedagang yang berada di kota-kota kecil. Tokopedia hadir dengan menawarkan misi “pemerataan secara digital” dibarengi dengan visi dan inovasi yang terus dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan yang ada memeberikan solusi terbaik bagi masyarakat kota kecil untuk mendapatkan akses dagang lebih mudah serta kota besar dengan pemasaran yang menjangkau hampir seluruh daerah di Indonesia.

⁸ ["Tokopedia.com Site Info". Alexa Internet. Amazon.com. Diakses tanggal juli 15-07, 2023.](#)

Sejak awal berdirinya tokopedia tahun 2009 silam tokopedia sudah menjadi salah satu unicorn andalan dengan pendanaan mencapai \$1,347 miliar⁹. Dengan angka sebesar itu, telah dicatatkan pada tanggal 17 Agustus 2017 lalu investasi sebesar \$1,1 miliar diperoleh dari raksasa e-commerce asal negeri Tiongkok, Alibaba. Pendanaan awal diperoleh dari PT Indonusa Dwitama, lalu tahun 2010 mendapatkan suntikan dana dari East Ventures, tahun 2011 dari Cyber Agent Ventures, pada tahun 2012 mendapatkan dari Netprice, dan pada tahun 2013 mendapatkan dana dari Softbank Ventures Korea. Selanjutnya pada tahun 2014 lalu Tokopedia menadi perusahaan pertama di 57 Asia Tenggara yang mendapatkan kucuran dan investasi sebesar USD 100 juta atau sekitar Rp1,2 Triliun dari Softbank Internet and Media Inc (SIMI) serta Sequita Capital. Tokopedia kembali mendapatkan sokongan dan investasi sebesar 1,9 Triliun pada April 2016.

Tokopedia menjadikan diri sebagai perusahaan internet yang memberikan peluang kepada para individu maupun pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis online mereka secara lebih mudah, gratis serta menjamin keamanan serta rasa nyaman bagi setiap pelanggan maupun pengusaha itu sendiri.

Tokopedia yakin bahwa marketplace merupakan salah satu model bisnis yang paling indah yang pernah ada, karena kesuksesannya hanya dapat diperoleh ketika menjadikan orang lain menjadi lebih sukses¹⁰.

⁹ <http://digilib.unimed.ac.id/5599/8/8.%20NIM%207123210001-CHAPTER%20I.pdf>

Diakses tanggal juli 15-07,2023.

¹⁰ "Tokopedia Perusahaan Dagang Elektronik Indonesia," diakses tanggal 16 Mei 2023. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

Terdapat beberapa metode pembayaran yang bisa digunakan dalam bertransaksi di Tokopedia.com, diantaranya saldo Tokopedia, transfer bank, serta pembayaran instan seperti Mandiri Clickpay, Mandiri e-cash, BCA Clickpay, pembayaran via Indomaret dan terakhir dengan sistem COD atau bayar di tempat setelah barang sampai di tempat konsumen.

2.1 Tinjauan Umum tentang Perjanjian Jual Beli Online

2.1.1 Pengertian Perjanjian

Perjanjian menurut Black's Law Dictionary adalah suatu persetujuan antara dua orang atau lebih. Suatu perjanjian biasanya menimbulkan suatu kewajiban untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu secara sebagian. Defisini yang diberikan oleh Black's Law Dictionary ini menyiratkan bahwa kontrak atau perjanjian dilihat sebagai suatu persetujuan antara para pihak untuk melaksanakan suatu kewajiban, baik melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu secara sebagian.¹¹

Istilah perjanjian dalam Bahasa Belanda dikenal dengan *overeenkomst* yang artinya adalah persetujuan. Menurut Pasal 1233 *Burgerlijk Wetboek (BW)* sumber hukum perikatan berasal dari persetujuan dan Undang- Undang

Pasal 1313 *KUHPerduta* : Mengatur bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lainnya. Pasal ini menerangkan secara sederhana tentang pengertian perjanjian yang menggambarkan tentang adanya dua pihak yang saling mengikatkan diri. Pengertian ini sebenarnya tidak begitu lengkap, tetapi dengan

¹¹ Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak Innomhat di Indonesia*, Jakarta; Sinar Grafika, 2003, hlm. 16

pengertian ini sudah jelas bahwa dalam perjanjian itu terdapat satu pihak mengikatkan dirinya kepada pihak lain.¹²

Menurut Subekti : Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini timbulah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian ini menimbulkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian ini berupa suatu rangkaian perikatan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.¹³

Dengan demikian, hubungan antara perikatan dan perjanjian adalah bahwa perjanjian itu menerbitkan perikatan. Perjanjian adalah sumber perikatan, disampingnya sumber-sumber lain. Suatu perjanjian juga dinamakan persetujuan, karena dua pihak itu setuju melakukan sesuatu. Dapat dikatakan bahwa dua perkataan (perjanjian dan persetujuan) itu adalah sama artinya.

2.1.2 Syarat Sah Perjanjian

Perjanjian pada dasarnya berisi syarat-syarat tertentu. Berdasarkan pada syarat-syarat itu perjanjian dapat dipenuhi atau dilaksanakan oleh pihak-pihak karena dari syarat-syarat itulah dapat diketahui hak dan kewajiban pihak-pihak dan cara melaksanakannya. Jika semua unsur ini dihubungkan dengan ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara tentang syarat-syarat perjanjian sah yaitu suatu perjanjian diperlukan empat syarat, yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya,

¹² Ahmadi Miru dan Saka Pati, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 13.

¹³ R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, hlm. 1.

kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal¹⁴. Adapun syarat sahnya perjanjian sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Kesepakatan adalah sependapat pihak-pihak mengenai pokok perjanjian. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak yang lainnya. Persetujuan kehendak itu sifatnya bebas, artinya tidak ada paksaan, kekhilafan atau pun penipuan.

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Berdasarkan Pasal 1330 KUHPerdara tak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah orang-orang yang belum dewasa, mereka yang ditaruh di bawah pengampuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan pada umumnya orang dikatakan cakap melakukan perbuatan hukum apabila ia sudah dewasa, artinya sudah mencapai umur 21 tahun penuh, walaupun belum 21 tahun penuh, tetapi sudah pernah kawin, sehat akal (tidak gila), tidak di bawa pengampuan, dan memiliki surat kuasa apabila mewakili pihak lain.

3. Suatu hal tertentu

Syarat sahnya perjanjian yang ketiga adalah adanya suatu hal tertentu. Pasal 1333 KUHPerdara menentukan bahwa suatu perjanjian harus mempunyai pokok suatu benda (zaak) yang paling sedikit dapat ditentukan jenisnya. Suatu perjanjian harus memiliki objek tertentu. Suatu

¹⁴ <https://core.ac.uk/download/pdf/233373833.pdf> Diakses pada tanggal juli 18-07,2023

perjanjian haruslah mengenai suatu hal tertentu (certainty of terms), berarti bahwa apa yang diperjanjikan, yakni hak dan kewajiban kedua belah pihak.

4. Suatu sebab yang halal

Suatu sebab yang halal, sebab adalah suatu yang menyebabkan orang membuat perjanjian, yang mendorong orang membuat perjanjian, tetapi yang dimaksud dengan sebab yang halal dalam Pasal 1320 KUHPdata itu bukanlah sebab dalam arti yang menyebabkan atau yang mendorong orang membuat perjanjian, melainkan sebab dalam arti isi perjanjian itu sendiri yang menggambarkan tujuan yang akan dicapai oleh pihak-pihak.

Keempat syarat di atas merupakan syarat pokok bagi setiap perjanjian, artinya setiap perjanjian harus memenuhi keempat syarat ini bila ingin menjadi perjanjian yang sah. Keempat syarat pokok ini dapat dikelompokkan dalam dua kelompok, yaitu kelompok syarat subjektif dan kelompok syarat objektif.¹⁵ subjektif mencakup adanya unsur kesepakatan dan kecakapan dari pihak yang melaksanakan perjanjian. Syarat objektif meliputi objek yang diperjanjikan dan haruslah sesuatu yang tidak dilarang.

Menurut hukum, tidak terpenuhinya salah satu unsur dari keempat syarat tersebut mengakibatkan cacat dalam perjanjian dan perjanjian tersebut diancam dengan kebatalan. Hal tersebut baik dalam bentuk dapat dibatalkan (jika terdapat pelanggaran terhadap syarat subjektif) maupun batal demi hukum (dalam hal tidak terpenuhinya syarat objektif). Apabila memang keempat syarat tersebut tidak dipenuhi maka perjanjian dikatakan batal.

¹⁵ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Perikatan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 93.

2.1.3 Objek dalam Perjanjian

Perikatan itu adalah hukum yang terletak di dalam lapangan harta kekayaan, yang terjadi antara dua orang atau lebih, di mana pihak yang satu berhak atas suatu prestasi, sedangkan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi. Menurut pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, perikatan menurut sumbernya adalah perikatan yang dilahirkan karena persetujuan, dan perikatan yang lahir karena undang-undang. Selanjutnya menurut objeknya perikatan berdasarkan pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata: “tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu atau untuk tidak berbuat sesuatu. Oleh karena itu, menurut pasal tersebut objek-objek perikatan prestasi dapat berupa yaitu, memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, tidak berbuat sesuatu.”¹⁶

2.1.4 Asas-asas Perjanjian

Sudikno Mertokusumo mengajukan tiga asas perjanjian yang dapat dirinci sebagai berikut:

- 1) Asas konsensualisme, yakni suatu persesuaian kehendak (berhubungan dengan lahirnya suatu perjanjian);

Perjanjian harus didasarkan pada konsensus atau kesepakatan dari pihak-pihak yang membuat perjanjian. Dengan asas konsensualisme, perjanjian dikatakan telah lahir jika ada kata sepakat atau persesuaian kehendak diantara para pihak yang membuat perjanjian tersebut. Arti luas konsensualisme ialah pada dasarnya perjanjian dan perikatan yang timbul karenanya itu sudah dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan.

Dengan perkataan lain, perjanjian itu sudah sah apabila sudah sepakat

¹⁶ Rudy Haposan Siahaan, *Hukum Perikatan Indonesia*, Malang, Intellegensi Media, 2017, hlm 14-15

mengenai hal yang pokok dan tidaklah diperuntukan suatu formalitas. Dikatakan juga, bahwa perjanjian-perjanjian itu pada umumnya “konsensual”. Ada kalanya undang-undang menetapkan, bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diharuskan perjanjian itu dilakukan secara tertulis (perjanjian “perdamaian”) atau dengan akta notaris (perjanjian penghibahan barang tetap), tetapi hal yang demikian itu merupakan suatu kekecualian. Yang lazim, bahwa perjanjian itu sudah sah dalam arti sudah mengikat, apabila sudah tercapai kesepakatan mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian itu. Jual beli, tukar menukar, sewa-menyewa adalah perjanjian yang konsensual.

- 2) Asas kekuatan mengikatnya suatu perjanjian (berhubungan dengan akibat perjanjian;

Dengan adanya janji timbul kemauan bagi para pihak untuk saling berprestasi, ada kemauan untuk saling mengikatkan diri. Kewajiban kontraktual tersebut menjadi sumber bagi para pihak untuk secara bebas menentukan kehendak tersebut dengan segala akibat hukumnya. Berdasarkan kehendak tersebut, para pihak secara bebas mempertemukan kehendak masing-masing. Kehendak para pihak inilah yang menjadi dasar kontrak.¹⁷ Terjadinya perbuatan hukum itu ditentukan berdasar kata sepakat. Dengan adanya konsensus dari para pihak itu, maka kesepakatan itu menimbulkan kekuatan mengikat perjanjian sebagaimana layaknya undang-undang (*pacta sunt servanda*). Apa yang dinyatakan seseorang dalam suatu hubungan menjadi hukum bagi mereka. Asas inilah yang

17

<http://repository.ubharajaya.ac.id/15190/1/HUKUM%20PERLINDUNGAN%20KONSUMEN.pdf>
Diakses pada tanggal 18-07,2023

menjadi kekuatan mengikatnya perjanjian. Ini bukan kewajiban moral, tetapi juga kewajiban hukum yang pelaksanaannya wajib ditaati.

3) Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak merupakan tiang dari sistem hukum perdata, khususnya hukum perikatan yang diatur Buku III KUHPerdata. Bahkan menurut Rutten, hukum perdata, khususnya hukum perjanjian, seluruhnya didasarkan pada asas kebebasan berkontrak. Dengan diaturnya sistem terbuka, maka hukum perjanjian menyiratkan asas kebebasan berkontrak yang dapat disimpulkan dari Pasal 1338 (1) KUHPerdata yang menjelaskan bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

2.1.4 Perjanjian Jual Beli

Persoalan serius berikutnya dalam penyusunan kontrak atau perjanjian jual beli online adalah bentuk penerimaan yang sesuai.

Menurut Subekti, Perjanjian adalah suatu peristiwa orang berjanji kepada seorang yang lainnya atau dimana ketika adanya kedua orang saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa tersebut timbulah hubungan antara kedua orang tersebut, yakni perikatan. Perjanjian ini menimbulkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya perjanjian ini berupa suatu rangkaian perikatan yang mengandung janji-janji yang diucapkan atau ditulis.¹⁸

Dengan demikian hubungan perikatan dan perjanjian adalah bahwasannya sebuah perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan. Perjanjian adalah sumber perikatan, disampingnya terdapat sumber-sumber lainnya. Sebuah perjanjian juga

¹⁸ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata* (Jakarta:Ctk. Keempat belas Intermedia, 1992) h. 1

dapat dinamakan persetujuan, karena atas kesepakatan bersama kedua belah pihak melaksanakan sesuatu tersebut. Dapat dikatakan kedua perkataan yakni perjanjian dan persetujuan atau kesepakatan adalah suatu yang sama artinya dalam hal tersebut.¹⁹

Tingkat ketidakpastian dalam hukum saat ini yang berkaitan dengan penyusunan kontrak secara online tidak terbatas pada persoalan umum penawaran dan penerimaan. Cara-cara melakukan perjanjian mengenai, dan ruang lingkup dari, ketentuan spesifik dari kontrak dapat lebih mempersulit proses penyusunan kontrak. Yang akan menjadi masalah utama adalah cara untuk memasukkan ketentuan-ketentuan mengenai pengiriman, risiko dan asuransi, harga dan cara pembayaran, Pembatasan/pengecualian dari pertanggungjawaban, dan hukum yang Mengaturnya, kedalam kontrak tersebut.

2.2 Jual Beli Online

Jual beli online dapat diartikan sebagai perdagangan elektronik, maksudnya perdagangan elektronik ini adalah perdagangan yang dilakukan secara elektronik menggunakan internet sebagai medianya.²⁰ Sama halnya pada Pasal 1 ayat (2) Undang- Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik untuk selanjutnya disebut UU ITE yaitu Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

¹⁹ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian* (Bandung, Ctk. Pertama, PT. Citra Aditya Bakti, 1995) h. 67.

²⁰ Heru Kuswanto. "Keabsahan Perjanjian Jual Beli Benda Bergerak melalui Internet (Tinjauan dari Buku III KUHPerdara dan UU No. 11 Tahun 2008)", *Jurnal Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Narotama Surabaya*, Vol.20 April Tahun 2011, hlm 2.

Dalam perkembangan praktik e-commerce merupakan kegiatan yang meliputi tukar menukar informasi, iklan dan transaksi.²¹

E-commerce menurut World Trade Organization (WTO) meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang dan atau jasa melalui elektronik. Sedangkan OECD (Organization For Economic Coperation and Development) mendefinisi commerce yakni transaksi berdasarkan proses dan transmisi data secara elektronik.

E-commerce dapat dipahami adalah jenis transaksi perdagangan barang ataupun jasa yang dilakukan melalui media internet, berdasarkan ketentuan pasal 1 angka 10 undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang perdagangan perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 menyebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan jaringan dan komputer atau media elektronik. Pada transaksi ini jual-beli harus sesuai dengan ketentuan di atas yang memiliki beberapa pengaturan seperti dalam melakukan hubungan hukumnya perdagangan ini harus memiliki perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik seperti pemberitahuan tertulis yang dikirimkan ke email, persetujuan mengikuti perjanjian berupa centang atau ceklis pada suatu kolom atau tanda tangan elektronik yang menandakan hubungan hukum yang dilakukan itu sah.

Transaksi elektronik adalah transaksi yang meninggalkan kebiasaan transaksi lama yaitu dengan cara tatap muka dan satu pihak harus mendatangi pihak lainnya, hal ini dikarenakan transaksi elektronik menggunakan basis mendia internet sebagai penghubung antara satu pihak dengan pihak lainnya, namun

²¹ Shinta Dewi, *Cyber Law I : Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi dalam E-commerce Menurut Hukum Internasional*, Widya Padjajaran, Bandung, 2004, hlm.54

walaupun tidak bertatap muka transaksi elektronik juga harus sesuai pada ketentuan undang-undang yang berlaku dikarenakan kedua pihak terlindungi oleh hukum yang berlaku. Berdasarkan karakteristiknya *E-commerce* dibagi kedalam empat macam yaitu: ²²

a. *Business to Business (B2B)*

Dalam *E-commerce* ini sudah terjalin hubungan partner sebelumnya, hubungan bisnis yang terjadi dilakukan berulang-ulang oleh hanya subjek bisnis yang merupakan orang yang sudah dekat kemudian hal tersebut dilakukan secara terus menerus dan berjenjang sampai berlangsung dengan lama bisnis tersebut.

b. *Business to Consumer (B2C)*

Dalam *E-commerce* ini hubungan yang terjalin terbuka untuk umum, seluruh Informasi disebarluaskan secara terbuka, dan perjalanan bisnisnya berdasarkan permintaan yang masuk, pada karakter ini merupakan yang paling sering dijumpai dikarenakan konsumen yang melakukan transaksi langsung untuk digunakan keperluan pribadi atau dengan kata lain konsumen tersebut adalah pengkonsumi paling akhir dari rantai produksi.

c. *Consumer to Consumer*

Consumer to consumer adalah seorang konsumen secara langsung menjual barangnya kepada konsumen lainnya, dalam hal ini konsumen membeli barangnya langsung namun pada akhirnya konsumen tersebut tidak mengkonsumsi barang ataupun jasa tersebut lantas konsumen

²² Budi Agus, *Regulasi Hukum dalam Transaksi E-commerce*, (Jakarta , Jurnal Media Neliti, 2015), h.136

tersebut mengiklankan barang/jasa tersebut untuk diperjual belikan kepada konsumen lainnya untuk meraup keuntungan daripada proses bisnis tersebut.

d. *Customer to Business (B2C)*

Customer to Business adalah model yang meletakkan konsep konsumen atau individu menciptakan nilai dan perusahaan mengkonsumsi nilai tersebut. Seperti halnya review terhadap suatu produk tertentu yang kemudian menjadi penilaian dari *customer* kemudian nilai tersebut dikonsumsi oleh perusahaan-perusahaan terkait, hal ini yang baru-baru ini marak, banyak konsumen mengkonsumsi sesuatu untuk dijadikan bisnis dikarenakan penilaian daripada konsumen dihargai oleh pihak perusahaan maka dari itu dijadikan bisnis untuk para konsumen.

2.3 Konsumen dan Pelaku Usaha

2.3.1 Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* itu adalah setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen²³.

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. Selain itu

²³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, sinar grafik, Jakarta, 2008, h. 27

pengertian konsumen adalah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga dan tidak untuk memproduksi barang atau jasa lain untuk memperdagangkan kembali²⁴.

Pengertian konsumen sesungguhnya dapat terbagi ke dalam 3 (tiga) bagian yaitu:

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

Pengertian konsumen secara khusus telah dirumuskan dalam Pasal 1 Angka (2) UUPK. Berdasarkan Pasal 1 Angka (2) UUPK, 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. Selanjutnya, penjelasan Pasal 1 Angka (2) UUPK menentukan bahwa yang dimaksud konsumen adalah konsumen akhir. Orang yang dimaksudkan dalam undang-undang ini wajiblah merupakan orang alami bukan badan hukum karena yang dapat memakai, menggunakan dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kepentingan hidup sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

²⁴ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, h. 19.

Berdasarkan ketentuan yang terdapat di dalam penjelasan UUPK bahwa konsumen dapat diartikan sebagai konsumen akhir. Konsumen akhir yaitu pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk.

“Penjelasan di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir”.²⁵

Istilah lain yang dekat dengan konsumen adalah “pembeli” (koper). Istilah ini dapat dijumpai dalam kitab undang-undang hukum perdata. Pengertian konsumen jelas lebih luas daripada pembeli. Luasnya pengertian konsumen dilukiskan secara sederhana oleh mantan presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy dengan mengatakan, “*consumers by definition include us all*”.

2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identic dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen.

Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu:

- 1) Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
- 2) Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
- 3) Hak untuk memilih (*the right to choose*)
- 4) Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

²⁵ Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *hukum perlindungan konsumen*, Jakarta, Rajawali Pers. hlm.4

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *the international Organization of consumers union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Hak secara harfiah adalah sesuatu hal yang boleh didapatkan dan juga tidak boleh didapatkan. Hal ini berarti bahwa hak memiliki sifat kebolehan yang tidak harus didapatkan oleh seseorang. Hukum perlindungan konsumen di dalam ketentuannya mengatur bahwa konsumen memiliki hak-hak tertentu yang diatur di dalam perundang-undangan yang berlaku. UUPK sebagai landasan upaya hukum perlindungan konsumen memberikan pengaturan mengenai hak konsumen di dalam Pasal 4 UUPK. Hak-hak konsumen menurut Pasal 4 UUPK adalah :²⁶

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

²⁶ Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce* (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2006), h. 147.

Kewajiban Konsumen Kewajiban Konsumen menurut Pasal 5 UUPK, adalah:

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

2.3.3 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam pasal 6 UUPK disebutkan hak pelaku usaha adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan dari sepatutnya didalam 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.²⁷

Kewajiban pelaku usaha sesuai dalam pasal 7 UUPK disebutkan:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dalam jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau 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 diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi dang anti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai denan perjanjian.

²⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 47-48

2.3 Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, yang dapat di wujudkan dalam bentuk seperti melalui restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.²⁸

Menurut Setiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman, sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.²⁹

Dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah perbuatan untuk melindungi setiap orang atas perbuatan yang melanggar hukum, atau melanggar hak orang lain, yang dilakukan oleh pemerintah melalui aparaturnya penegak hukumnya dengan menggunakan cara-cara tertentu berdasarkan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai pemenuhan hak bagi tiap warga negara, termasuk atas perbuatan sewenang-wenang yang dilakukan oleh penguasa (aparatur penegak hukum itu sendiri).

Dalam kaitannya dengan perlindungan hukum bagi rakyat, Philipus M. Hadjon membedakan dua macam sarana perlindungan hukum, yakni :

- 1) Sarana Perlindungan Hukum Preventif.
Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.
- 2) Sarana Perlindungan Hukum Represif.

²⁸ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1984) h. 133.

²⁹ Setiono, *Rule Of Law Supremasi Hukum* (Surakarta: Magister Ilmu Hukum Pasca Sarjana Univeristas Sebelas Maret, 2004) h. 3.

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.

Sedangkan Muchsin, membedakan perlindungan hukum menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) Perlindungan Hukum Preventif
Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam Peraturan Perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.
- 2) Perlindungan Hukum Represif.
Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Sehingga atas dua pandangan yang dipaparkan oleh para pakar di atas, bahwa Perlindungan Hukum yang diberikan kepada subyek hukum dalam bentuk perangkat aturan hukum dan cara-cara tertentu baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif. Hal tersebut merupakan representasi dari fungsi hukum itu sendiri untuk memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

2.4 Terlanggarnya Hak-hak Konsumen

Selanjutnya adalah penjelasan mengenai hal-hal yang dapat memunculkan sengketa yang terjadi di *E-commerce* dalam prespektif undang-undang perlindungan konsumen³⁰, dalam transaksi *E-commerce* terdapat 3 subjek yang memiliki peran dalam transaksi ini yang pertama adalah pembeli yang kedua adalah penjual dan yang ketiga adalah pihak penyedia aplikasi jual beli tersebut.

³⁰ <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juinhum/article/download/2185/1583>

Sengketa dalam transaksi elektronik dapat timbul dikarenakan hak-hak konsumen dalam undang-undang perlindungan konsumen tersebut dilanggar, hak-hak konsumen dalam undang-undang perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:³¹

Tertera dalam Undang-undang nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Terkandung dalam pasal 4 ayat 1 sampai dengan ayat 9 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen berhak mendapatkan jaminan dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa selama waktu pengkonsumsian ataupun setelah pengkonsumsian tersebut sehingga pengusaha dapat dituntut apabila menimbulkan efek lain dilain waktu yang disebabkan dari pengkonsumsian produk ataupun jasa tersebut.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi jaminan yang dijanjikan. Bahwa konsumen berhak untuk memilih barang atau jasa dan mendapatkan hal tersebut sesuai dengan jaminan yang dijanjikan tanpa ada unsur pembohongan terhadap suatu peroduk ataupun jasa tersebut.
- c. Hak atas Informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Bahwa konsumen berhak mendapatkan Informasi yang jelas tanpa ada sesuatu yang disembunyikan baik efek pengkonsumsian jangka panjang maupun jangka pendek terhadap suatu jasa ataupun barang, hal ini pun berlaku untuk Informasi pembuatan suatu produk disamping ada rahasia dagang yang melindungi suatu Informasi yang bernilai ekonomis.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Suatu perusahaan harus dilengkapi dengan layanan konsumen yang berguna untuk mendengarkan pendapat dan keluhan daripada konsumen terhadap efek dari pengkonsumsian barang ataupun jasa.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini mengatur bagaimana hukum menempatkan konsumen agar mendapatkan hak hukumnya secara patut dalam penyelesaian sengketa konsumen.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen. Bahwa negara berkewajiban untuk membina dan mendidik konsumen agar konsumen dapat mendapatkan pengetahuan atas barang ataupun jasa yang dikonsumsinya.

³¹ Arfian Setiantoro, *Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean*, (Semarang: Jurnal Rechtsvinding, 2018), h.7

- g. Hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Dalam melakukan pelayanannya konsumen berhak untuk mendapatkan pelayanan secara benar dan jujur dari perusahaan atau produsen dan produsen berkewajiban untuk melayani seluruh konsumennya secara adil dan tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya. Konsumen berhak mendapatkan ganti rugi berupa penggantian uang ataupun barang dan jasa apabila tidak sesuai dengan hal yang dijanjikan sebelumnya, hal tersebut yang menjadi hak dasar bagi konsumen.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Pasal ini tidak membatasi konsumen perihal hak yang harus dipenuhi dalam undang-undang tersebut tetapi dalam undang-undang lainnya yang mencakup hak-hak konsumen.

Hal-hal tersebutlah yang dapat membuat terjadinya sengketa dalam transaksi elektronik seperti wanprestasi, perbuatan melawan hukum dan terlanggarnya hak-hak konsumen yang menjadi landasan untuk dijadikan sengketa dalam transaksi elektronik, sengketa tersebut dapat dilakukan secara penal ataupun non penal, jalur pengadilan ataupun jalur diluar pengadilan yang pada akhirnya akan memutus sengketa yang terjadi antara kedua pihak yang saling berselisih tentang hak atau kepentinganya yang terlanggar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Melihat pembahasan tentang ilmu hukum yang cakupan pembahasannya cukup luas maka diperlukan batasan dalam penelitian ini, sehingga dalam hal ini ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu kajian tentang ilmu hukum bisnis khususnya yang berkaitan dengan mengapa terjadi ketidaksesuaian barang dalam jual beli *online* di Tokopedia, dan bagaimana tanggung jawab tokopedia terhadap konsumen apabila terjadi ketidak sesuaian barang dalam jual beli *online*.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yang termasuk penelitian hukum normatif, yaitu penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan hukum yang sedang berlaku, yang dibangun berdasarkan objek hukum itu sendiri dan fakta yang terjadi pada masyarakat.³²

3.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini berdasarkan sumber hukum primer, sumber data sekunder dan sumber data tersier :

1. Sumber data Primer yaitu sumber data yang dilakukan dengan Pengambilan data melalui Konsumen Tokopedia.yang bernama irfan yang membeli hard disk diperoleh secara tidak langsung yang telah dapat proses pengkajian terlebih dahulu seperti dari Jurnal ilmiah, skripsi, thesis, desertasi, buku-buku, kesimpulan diskusi serta tulisan-tulisan yang berhubungan dengan penelitian ini.

³² Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* , (Surabaya, Bayumedia Publishing, 2005), h. 57.

2. Sumber data sekunder sumber hukum atau ketentuan yang mempunyai kekuatan mengikat secara umum dalam hal ini perundang-undangan yang telah disahkan dan berlaku di negara Indonesia terkhusus undang-undang sebagai berikut:
 - a) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik
 - b) Pasal 1313 KUHPperdata
 - c) Pasal 1320 KUHPperdata tentang syarat-syarat perjanjian
 - d) Pasal 1338 KUHPperdata
 - e) Undang-undang Nomor 19 Pasal 1 angka 10 Tahun 2016 Tentang Perdagangan Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008
 - f) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Sumber data tersier yaitu sumber data yang melanjutkan penjelasan dari data primer dan sekunder seperti kamus, ensiklopedia, website dan portal berita.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan (*Library Research*) yaitu dengan melakukan penelitian *library research* atau penelitian kepustakaan yang digunakan memecahkan masalah peneliti, dengan cara menganalisa peraturan dan perundang-undangan, kasus, buku-buku, jurnal hukum, kamus, *Website* dan artikel lainnya yang terkait dengan Tanggung jawab Hukum Tokopedia terhadap Konsumen atas ketidak sesuaian Barang dalam Jual Beli *Online*.

3.4 Analisis Data

Analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang berlandasan pada pospositivisme, digunakan untuk

meneliti objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci.³³ Metode kualitatif sebagai prosedur penelitiannya yang menghasilkan data yang deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang orang atau penelitian yang dapat diamati.

Laporan penelitian kualitatif sebagian besar menyusun teks naratif yang disusun secara sistematis, sehingga akhir pengumpulan data peneliti disibukan oleh penyajian data yang telah dikumpulkan serta di analisis sebelumnya.

³³ Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi, (Bandung: Alfa beta, 2012), hlm. 13