

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Dasar 1945 dalam mengamanatkan adanya pengakuan serta penghargaan terhadap hak asasi manusia dihadapan hukum bahwa setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum.¹ Hal ini menghendaki akan adanya kesamaan dan kesetaraan setiap orang dalam pandangan hukum tanpa ada perbedaan perlakuan yang didasarkan pada latar belakang jenis, suku, ras, budaya dan agama.

Sebagaimana yang telah kita ketahui bersama, bahwa fenomena belanja online sudah menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat Indonesia khususnya dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini. Terlebih dengan kehadiran pandemi Covid-19 atau virus corona yang melanda dunia secara umum dan khususnya ditengah air Indonesia memaksa semua pihak perdagangan bisnis untuk segera bertransformasi dari transaksi bisnis penjualan dan pembelian produk secara langsung (Konvensional) beralih ke penjualan melalui Online (*e-commerce*).

Hal ini ditandai dengan keseriusan pemerintah dalam merespon hal tersebut, pada tanggal 31 maret 2020 Presiden Indonesia, Joko Widodo menandatangani Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020, yang mengatur pembatasan sosial berskala besar sebagai respons terhadap COVID-

¹ Pasal 28 D angka (1) Undang-Undang Dasar 1945 Tentang Hak Asasi Manusia

19, yang memungkinkan pemerintah membuat pembatasan konvoi orang serta barang masuk dan keluar dari daerah masing-masing asalkan mereka telah menerima izin berasal dari kementerian terkait (dalam hal ini Kementerian Kesehatan, di bawah Menteri Kesehatan, Terawan Agus Putranto). Peraturan tadi juga menyebutkan bahwa restriksi kegiatan yang dilakukan paling sedikit meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, serta/atau restriksi aktivitas pada daerah atau fasilitas umum. Di waktu yang sama, Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 juga ditandatangani, yang menyatakan pandemi koronavirus menjadi masalah nasional. Pembuatan kedua peraturan tersebut didasarkan di Undang-Undang nomor 6 Tahun 2018 tentang Kesehatan, yang mengatur ketentuan fundamental untuk PSBB.²

Hal di atas sangat berpengaruh terhadap intraksi dalam sektor bisnis perdagangan di Indonesia yang tentu mengarah pada orientasi transaksi bisnis digital (*e-commerce*) agar pelaku usaha dapat tetap berperan aktif dalam melakukan pemasaran dan penjualan guna memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen dari berbagai bidang baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Oleh karena itu pangsa pasar *e-commerce* telah berhasil merebut hati masyarakat Indonesia karena memiliki karakter dan ciri khasnya sendiri ketimbang pasar-pasar perdagangan konvensional, *e-commerce* dinilai

² "https://id.wikipedia.org/wiki/Pembatasan_sosial_berskala_besar_di_Indonesia". Diakses pada : 21 Agustus 2022

jauh lebih efektif dan efisien dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian sebuah produk.

Perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional dimana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. *e-commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.³

Bagaimanapun juga transaksi *e-commerce* tersebut dilakukan tidak secara langsung, melainkan melalui perantara *platform* media digital yang mempertemukan kedua belah pihak antara produsen dan konsumen yang tidak saling mengenal satu sama lain dalam bertransaksi. Hal itulah menjadi penyebab tingginya risiko bagi konsumen daripada produsen pemilik toko *online*. Selain itu juga berpotensi adanya diskriminasi dalam bertransaksi yang terkesan sepihak karena tidak adanya upaya penawaran dan perubahan baik produk maupun harga bagi konsumen kepada produsen.

Dampak dari hal tersebut tak jarang membuat kebingungan bagi konsumen untuk mendapatkan haknya sesuai kesepakatan sebelum melakukan transaksi pembelian suatu produk ketika mengalami kerugian, sebagaimana

³ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Hal. VII

lazimnya transaksi jual-beli bertujuan untuk saling menguntungkan kedua belah pihak (*simbiosis mutualisme*) antara produsen pemilik toko *online* (*e-commerce*) dengan konsumen.

Padahal urgensi pengembangan ekonomi dalam berbisnis sangat erat kaitannya dengan terjalinnya korelasi yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen dapat terbentuk apabila pelaku usaha dalam menjalankan suatu usahanya baik dalam usaha barang dan /atau perjuangan jasa didasarkan menggunakan itikad baik. Itikad baik dari sisi pelaku usaha pula adalah alat satu hal yang diatur dalam etika usaha global usaha. Etika itu sendiri bisa diartikan dari dua sisi, yaitu etika sebagai simpel dan etika menjadi refleksi. Etika menjadi mudah merupakan nilai-nilai dan istiadat-tata cara moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan, walaupun seharusnya dipraktekkan.⁴

Selaras dengan penjelasan di atas “Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa masalah dalam *e-commerce* yaitu koneksi internet yang lambat, ancaman keamanan siber, perlindungan konsumen, logistik Indonesia yang mahal, kekurangan talenta digital, dan pajak bagi *start up* bisnis. Apabila masalah ini dapat teratasi dengan baik maka diharapkan perekonomian digital di Indonesia akan dapat mencapai US\$130 miliar atau sekitar Rp. 1,88 Triliun (Rp1,8 kuadrilliun; kurs Rp. 14.476) pada tahun 2020. Lebih lanjut dikatakan perlu memformulasikan

⁴ K. Bertens, “Pengantar Etika Bisnis”, Kanisius, Yogyakarta, 2013, Hal. 30

bersama pemain ekosistem dan *stakeholder* di ekonomi digital untuk bekerjasama.”⁵

Senada dengan itu kementerian perdagangan melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) mengatakan bahwa, Pengaduan konsumen yang diterima Kementerian Perdagangan pada semester I/2021 didominasi aktivitas belanja secara daring atau dagang-el (*e-commerce*). Direktorat Jenderal perlindungan Konsumen serta Tertib Niaga (PKTN) Kementerian Perdagangan melaporkan terdapat 4.855 konsumen yang membuat pengaduan dagang-el. Jumlah tadi setara dengan 95 persen berasal total pengaduan. Banyaknya pengaduan di sektor dagang-el tidak tanggal berasal faktor makin intensifnya transaksi secara elektronik selama pandemi Covid-19. “Pengaduan konsumen di sektor dagang-el berjumlah 4.855 atau 95 persen dari total jumlah pengaduan konsumen yang masuk yaitu 5.103 selama periode Januari sampai Juni 2021, “kata Direktur Jenderal PKTN Veri Anggrijono dalam siaran pers, Kamis (22/7/2021). asal 4.855 pengaduan konsumen pada sektor dagang-el, sejumlah 4.852 pengaduan telah berhasil diselesaikan. Veri mengatakan pengaduan pada sektor dagang-el meliputi pertarungan pembatalan tiket transportasi udara, pengembalian dana (*refund*), serta pembelian barang yang tidak sinkron dengan perjanjian atau rusak. Pengaduan juga mencakup kasus barang tidak diterima konsumen, pembatalan sepihak sang pelaku usaha, ketika kedatangan barang tidak sinkron dengan

⁵<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190521011413-185-396680/kominfo-sebut-7-masalah-ecommerce-indonesia>. Diakses pada, 29 Juli 2022

yang dijanjikan, penipuan belanja daring, serta penggunaan perangkat lunak *platform* atau media sosial yang tidak berfungsi.⁶

Narbeth Reich dalam bukunya *Protection of Consumers Economic Interest by the EC Contract Law*, pernah merumuskan bahwa masalah yang sering dihadapi konsumen dalam transaksi jual beli online adalah meliputi segala sikap pelaku usaha yang bertindak curang pada saat kontrak jual beli dilakukan, seperti ketidakjelasan isi dari kontrak standar, cacat produk (*defective products*), dan ketidak puasan atas jasa yang ditawarkan (*unsatisfactory services*), iklan yang menyesatkan, serta layanan purna jual.⁷

Kegiatan belanja *online* masyarakat Indonesia mencapai 158,6 juta, meningkat 14,9% dari tahun sebelumnya. Hal itu berdasarkan dari laporan Data Reportal pada 2022. Adapun pembelajaan yang paling banyak, yakni kategori elektronik, fashion, dan furnitur. Data tersebut menggambarkan perubahan gaya belanja, dari *offline* menjadi *online*. Kondisi pandemi membuat banyak perubahan pada kebiasaan belanja masyarakat. Apalagi, *marketplace* di Indonesia yang menawarkan berbagai penawaran diskon banyak bermunculan.⁸

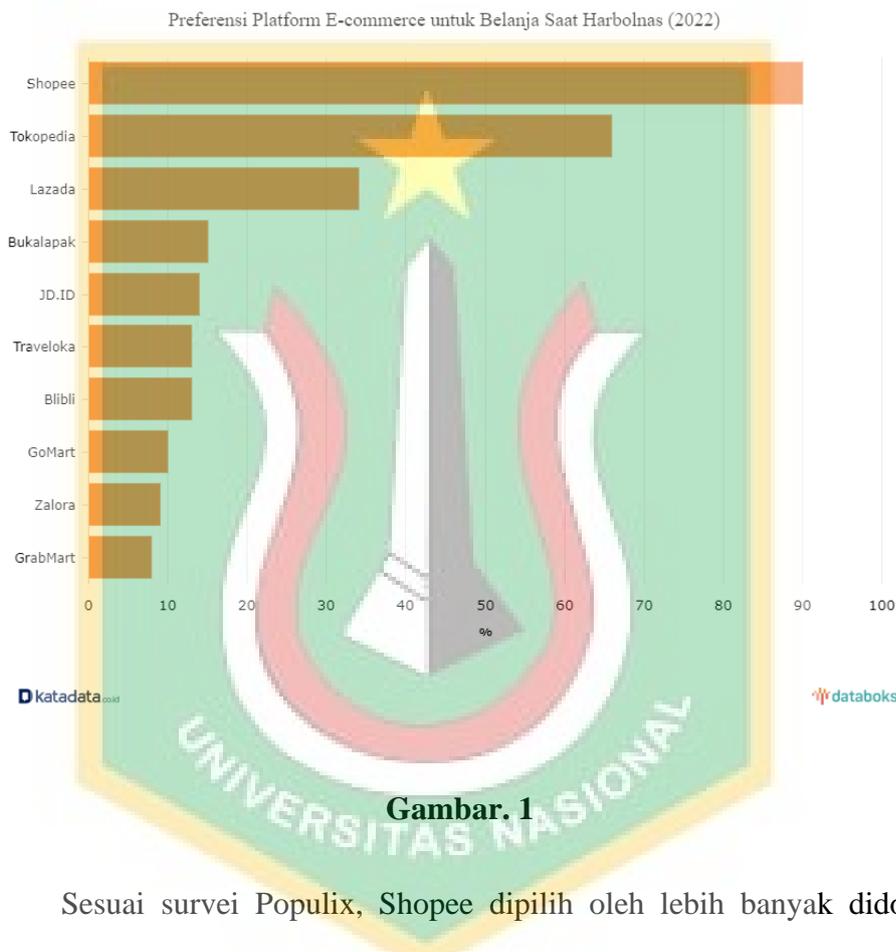
Salah satu dari beberapa *marketplace* jual beli online yang sering digunakan sebagian masyarakat Indonesia ialah *Shopee.co.id*. *Shopee* merupakan sebuah aplikasi *mobile*, di mana aplikasi ini merupakan wadah/

⁶<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210722/12/1420796/waduh-kasus-belanja-online-paling-banyak-diadukan-konsumen>. Diakses pada : 1 Agustus 2022

⁷ "classic.austlii.edu.au/journals/SydLawRw/2006/3.html#fn2", Diakses pada 10 Agustus 2019.

⁸<https://www.lummoshop.co.id/blog/urutan-marketplace-di-indonesia-berdasarkan-jumlah-pengunjungnya/>. Di akses pada 24 februari 2023

tempat belanja online yang lebih fokus pada *Platform mobile* sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung melalui *handphone*.⁹



Gambar. 1

Sesuai survei Populix, Shopee dipilih oleh lebih banyak didominasi responden menjadi *platform e-commerce* yang paling banyak dipilih buat berbelanja online ketika hari belanja online nasional alias Harbolnas. Persentasenya mencapai 90%. sementara, Tokopedia menempati peringkat ke 2 dengan persentase 66%. Lazada dan Bukalapak pada peringkat berikutnya

⁹https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/12321/1/SKRIPSI_1502056013_NURLAENI%20FAIZA_L.pdf. Di akses pada, 18 Februari 2023

dengan persentase masing-masing 34% serta 15%. Lalu, sebanyak 14% responden menentukan JD.ID menjadi *e-commerce* buat berbelanja ketika Harbolnas. Diikuti sang Traveloka dan Blibli masing-masing 13%, lalu GoMart (10%), Zalora (9%), serta GrabMart (8%). Survei ini juga menemukan bahwa e-wallet menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan responden ketika Harbolnas. Diikuti transfer bank (49%) dan bayar di tempat/*cash on delivery* (46%). Adapun survei ini dilakukan melalui *software Populix* pada 26-27 September 2022. ada 1.274 responden berusia 18-55 tahun yg terlibat dalam survei ini. Mereka dari pada pulau Jawa (67%), Sumatera (16,5%), serta pulau lainnya (16,5%).¹⁰

Transaksi melalui jual beli online memiliki resiko yang jauh lebih tinggi dibanding dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara konvensional. Salah satu contoh kasus yang belum lama ini terjadi dalam transaksi jual beli online yang dilakukan melalui *marketplace shopee* dengan nomor pesanan (190626182210XSQ), yang menyebabkan kerugian bagi konsumen karena pelaku usaha tidak mengirimkan barang yang dipesan, namun status pengiriman telah selesai dan barang telah diterima oleh konsumen.¹¹

Maka dengan adanya perlindungan hukum terhadap konsumen tersebut dimaksudkan sebagai upaya untuk menjamin kepastian hukum dan dapat melindungi konsumen. Berbagai hal negatif akibat konsumsi produk baik barang maupun jasa harus disingkirkan dari perdagangan sebab itulah tujuan

¹⁰<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/survei-shopee-jadi-platform-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-saat-harbolnas>". Di akses pada : 24 februari 2023

¹¹<http://mediakonsumen.com/2019/07/12/surat-pembaca/shopeetidak-bertanggung-jawab-pembeli-dirugikan>, diakses pada 08 Agustus 2019.

dari perlindungan konsumen. Biasanya dalam praktek terdapat permasalahan misalnya penjual meminta kepada pembeli untuk mentransfer setengah pembayaran diawal dan barang dijanjikan akan dikirim lebih awal, akan tetapi dihari berikutnya dengan alasan masalah administrasi mereka meminta pelunasan pada pembeli.

Setelah pembeli melakukan pelunasan, pihak penjual menghilang dan langsung tidak mengaktifkan nomor telepon yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pembeli. Permasalahan lain yang sering dijumpai yaitu seringkali kualitas barang yang dipesan tidak sama dengan yang dijanjikan oleh pelaku usaha diawal, waktu pengiriman barang juga kerap tidak sesuai dengan waktu yang disepakati.¹²

Masalah perlindungan hukum terhadap konsumen ini menyangkut kerugian Materil dan Immateril yang dialami oleh konsumen terhadap produsen pemilik toko *online (e-commerce)* padahal dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 dijelaskan lebih terang tentang pembinaan serta pengawasan yang dilakukan oleh Pemerintah. keliru satu tujuan asal *training* yang dilakukan oleh Pemerintah ialah membentuk iklim usaha dan menumbuhkan hubungan yang *sehat* antara pelaku usaha serta konsumen.

Lebih teknis lagi terkait dengan pelaksanaan pembinaan dan pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah lebih spesifik pada pasal 4, dinyatakan koordinasi yang dilakukan oleh Menteri Perdagangan dengan menteri teknis

¹² Pradnyaswari, Ida Ayu Eka, AND Westra, I Ketut. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa E-Commerce" *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* [Online], Volume 8 Number 5 (29 Mei 2020).

terkait pada hal penyusunan kebijakan dibidang perlindungan konsumen, pemyarakatan peraturan perundang-undangan dan berita yang berkaitan menggunakan perlindungan konsumen, peningkatan peranan Badan perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) melalui peningkatan kualitas asal daya manusia serta forum, peningkatan pemahaman serta kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing, peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, *training*, keterampilan, penelitian terhadap barang serta/atau jasa beredar yang menyangkut perlindungan konsumen, peningkatan kualitas barang serta/atau jasa, peningkatan pencerahan sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha dalam menghasilkan, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan serta menjual barang dan /atau jasa, dan peningkatan pemberdayaan usaha kecil serta menengah pada memenuhi standar mutu barang dan /atau jasa dan pencantuman label dan klausula standar.¹³

Berdasarkan uraian-uraian di atas untuk itu, mendorong penulis untuk membahasnya lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk tesis yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* MELALUI *MARKETPLACE* PT. SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA”.

B. Rumusan Masalah

¹³ “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen”.

Pokok yang menjadi permasalahan dalam penelitian tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ketentuan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia ?
2. Bagaimana implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia ?
3. Bagaimana Analisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian dengan penulisan tesis ini adalah:

- a. Menganalisis ketentuan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia.
- b. Menganalisis implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia
- c. Menganalisis upaya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dengan penulisan tesis ini, yaitu sebagai sumbangan berupa pemikiran dan referensi kepustakaan di bidang hukum, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui PT. Shopee Internasional Indonesia sehingga dapat mengetahui antara lain:

- a. Ketentuan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia
- b. Implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia
- c. Analisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia.

D. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah konsep-konsep yang sebenarnya merupakan abstraksi dari hasil pemikiran atau kerangka dan acuan yang pada dasarnya bertujuan mengadakan kesimpulan terhadap dimensi-dimensi. Setiap penelitian selalu disertai dengan pemikiran-pemikiran teoritis, dalam hal ini karena adanya hubungan timbal balik yang erat antara teori dengan kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan konstruksi.

Sebelum mendefinisikan teori, ada dua istilah yang perlu dijelaskan yaitu konsep dan poposisi. Konsep menunjuk pada istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok

atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Proposisi merupakan hubungan yang logis antara dua konsep.

“Selanjutnya teori ini dapat di definisikan sebagai seperangkat proposisi yang terintegrasi secara sintaksis (yaitu mengikuti aturan tertentu yang dapat dihubungkan secara logis atau dengan lainnya dengan data dasar yang dapat diaamati) dan berfungsi sebagai wahana untuk meramalkan dan menjelaskan fenomena yang diaamati”.¹⁴

Secara umum, teori adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. Teori merupakan salah satu konsep dasar penelitian sosial. Secara khusus, teori adalah seperangkat konsep/konstruk, definisi dan proposi yang berusaha menjelaskan hubungan sistematis suatu fenomena, dengan cara memrinci hubungan sebab akibat yang terjadi.¹⁵ Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teori Kepastian Hukum

Mengenai pengertian hukum menurut E. Utrecht sebagaimana dikutip Yulies Tiena Masriani mengemukakan bahwa “hukum adalah himpunan petunjuk hidup yang mengatur tata tertib dalam suatu masyarakat dan seharusnya ditaati oleh anggota masyarakat yang bersangkutan, oleh karena pelanggaran terhadap petunjuk hidup itu dapat menimbulkan tindakan dari

¹⁴ L. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung: 2018, Hal. 34-35

¹⁵ Sardar Ziauddin, *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung, 1996, Hal. 43

pemerintah masyarakat itu”.¹⁶ Selanjutnya dikutip pendapatnya Immanuel Kant yang mengartikan hukum sebagai “keseluruhan syarat-syarat yang dengan ini kehendak bebas dari orang yang satu dapat menyesuaikan diri dengan kehendak bebas dari orang lain, menuruti peraturan hukum tentang kemerdekaan”.¹⁷

Mengenai tujuan hukum, menurut Apeldoorn adalah mengatur pergaulan hidup secara damai. Dalam hubungan dengan tujuan hukum, maka terdapat beberapa teori yang dikembangkan, yaitu :

- a. Teori Etis, berpendapat bahwa tujuan hukum semata-mata untuk mewujudkan keadilan. Mengenai keadilan, Aristoteles mengajarkan dua macam keadilan, yaitu keadilan distributif dan keadilan komutatif. Keadilan Distributif ialah keadilan yang memberikan kepada tiap orang jatah menurut jasanya. Keadilan komutatif adalah keadilan yang memberikan jatah kepada setiap orang sama banyaknya tanpa harus mengingat jasa-jasa seseorang.
- b. Utilitas, menurut Bentham bahwa hukum bertujuan untuk mewujudkan apa yang berfaedah atau yang sesuai dengan daya guna (efektif). Adagiumnya yang terkenal adalah *the greatest happiness for the greatest number* artinya, kebahagiaan yang terbesar untuk jumlah yang terbanyak. Ajaran Bentham disebut juga sebagai *Eudaemonisme* atau *utilitarisme*.

¹⁶ Yulies Tiena Masriani, *Pengantar Hukum Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2004

¹⁷ *Ibid*

c. Teori Pengayoman yang mengemukakan tujuan hukum adalah untuk mengayomi manusia, baik secara aktif maupun secara pasif. Secara aktif dimaksudkan sebagai upaya untuk menciptakan suatu kondisi kemasyarakatan yang manusiawi dalam proses yang berlangsung secara wajar. “Sedangkan yang dimaksud secara pasif adalah mengupayakan pencegahan atas tindakan yang sewenang-wenang dan penyalahgunaan hak”.¹⁸ Usaha mewujudkan pengayoman tersebut termasuk di dalamnya adalah :

- 1) Mewujudkan ketertiban dan keteraturan
- 2) Mewujudkan kedamaian sejati
- 3) Mewujudkan keadilan
- 4) Mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial.

2. Teori Perlindungan Konsumen

Istilah “hukum konsumen” dan “hukum perlindungan konsumen” sudah sangat sering terdengar. Namun, belum benar apa saja yang masuk kedalam materi keduanya. Juga apakah “cabang” hukum itu identik. M.J. Leder menyatakan, “*In a sense there is no such creature as ‘consumer law’*”. Sekalipun demikian, secara umum sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen itu seperti yang dinyatakan oleh Lowe, yakni: “*rules of law which recognize the bargaining weakness of the*

¹⁸ Dudu Duswara Machmudin, Pengantar Ilmu Hukum, Sebuah Sketsa, Refika Aditama, Bandung, Hal. 24

individual consumer and which ensure that weakness is not unfairly exploited.”¹⁹

Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Jadi, sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya.²⁰

3. Teori *E-Commerce*

Menurut Hartman, Amir, dalam bukunya yang berjudul “*Net Ready-Strategies for Success in the E-Economy*” memberikan definisi terhadap *E-Commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi *Business To Business (B-to-B)* maupun antar institusi dan konsumen langsung *Business To Consumer (B-to-C)*.²¹ Berbagai definisi dari *E-Commerce* menurut cara pandang yang berbeda-beda, namun dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* memiliki karakteristik yang tidak dapat dihilangkan, antara lain:

- a. Transaksi antara dua belah pihak, yaitu: pembeli dan penjual
- b. Pertukaran barang, jasa, dan informasi

¹⁹ Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grasindo, Jakarta, Hal. 11

²⁰ Ibid. Hal. 11

²¹ Romindo, Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, Janner Simarmata, *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, Yayasan Kita Menulis, Jakarta Timur, 2019, Hal. 2

- c. Sistem elektronik seperti: internet, televisi dan jaringan komputer lainnya.²²

E. Kerangka Konseptual

Peranan konseptual pada dasarnya adalah untuk menghubungkan dunia teori dan observasi, antara abstraksi dan realitas. Konsep di artikan sebagai kata yang menyatakan abstraksi yang digeneralisasikan dalam hal-hal yang khusus dan disebut dengan definisi operasional. Pentingnya definisi operasional adalah untuk menghindarkan perbedaan antara penafsiran mendua (*dubius*) dari suatu istilah yang dipakai.²³ Selain itu dipergunakan juga untuk memberikan pegangan pada proses penelitian tesis ini. Dalam penulisan tesis ini ada tiga kerangka konseptual yang digunakan yaitu:

1. Pengertian Kepastian Hukum

Dari Hans Kelsen, aturan ialah sebuah sistem norma. tata cara ialah pernyataan yang menekankan aspek “seharusnya” atau *das sollen* menggunakan menyertakan beberapa peraturan tentang apa yang wajib dilakukan. Norma-adat artinya produk serta aksi manusia yang *deliberative*. Undang-Undang yg berisi hukum-aturan yang bersifat umum menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam bermasyarakat, baik pada korelasi menggunakan sesama individu juga pada korelasi dengan masyarakat. aturan-hukum itu sebagai batasan bagi warga pada membebani

²² Ibid. Hal. 2

²³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2015, Hal. 7

atau melakukan tindakan terhadap individu. Adanya aturan itu serta pelaksanaan hukum tersebut menimbulkan kepastian aturan.

Berdasarkan Gustav Radbruch, hukum harus mengandung tiga (3) nilai ciri-ciri, yaitu menjadi berikut :

- a. Asas kepastian aturan (*rechmatigheid*), Asas ini meninjau asal sudut yuridis.
- b. Asas keadilan aturan (*gerechtigheit*), Asas ini meninjau asal sudut filosofis, dimana keadilan adalah kecenderungan hak buat semua orang di depan pengadilan.
- c. Asas kemanfaatan hukum (*zwechmatigheid*) atau *doelmatigheid* atau utility.

Tujuan hukum yang mendekati realistik adalah kepastian hukum dan kemanfaatan hukum. Kaum *Positivisme* lebih menekankan pada kepastian hukum, sedangkan Kaum *Fungsionalis* mengutamakan kemanfaatan hukum, dan sekiranya dapat dikemukakan bahwa "*summon ius, summa injuria, summa lex, summa crux*" yang artinya adalah hukum yang keras dapat melukai, kecuali keadilan yang dapat menolongnya, dengan demikian kendatipun keadilan bukan merupakan tujuan hukum satu-satunya akan tetapi tujuan hukum yang *substantive* adalah keadilan.²⁴

Dari Utrecht, kepastian aturan mengandung 2 pengertian, yaitu pertama adanya aturan yg bersifat awam membentuk individu mengetahui

²⁴ Dosminikus Rato, *Filosafat Hukum Mencari dan Memahami Hukum*, PT Presindo, Yogyakarta, 2010, Hal. 59.

perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan kedua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena menggunakan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu. Kepastian hukum ini asal berasal ajaran Yuridis-Dogmatik yang didasarkan pada sirkulasi pemikiran *positivisme* di dunia aturan yang cenderung melihat hukum menjadi sesuatu yang otonom yang berdikari, sebab bagi penganut sirkulasi ini, tujuan aturan tidak lain sekedar mengklaim terwujudnya oleh hukum yang bersifat umum. Sifat umum berasal aturan-hukum aturan menandakan bahwa hukum tidak bertujuan buat mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata buat kepastian.²⁵

2. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen artinya istilah yang biasa dipergunakan warga buat orang yang mengonsumsi atau memanfaatkan suatu barang atau jasa. Selain itu sebagian orang juga memberi batasan pengertian konsumen yaitu orang yang memiliki korelasi pribadi antara pelaku usaha serta konsumen. Pengertian di atas bisa dibenarkan bahwa setiap orang yang menggunakan jasa atau mengonsumsi baik yang bekerjasama langsung antara pelaku usaha menggunakan konsumen atau pun tidak mempunyai hubungan pribadi serta hanya mengonsumsi bisa dikatakan sebagai konsumen.²⁶

²⁵ Riduan Syahrani, Rangkuman Intisari Ilmu Hukum, Citra Aditya, Bandung, 1999, Hal. 23

²⁶ <https://repository.uin-suska.ac.id/7090/4/BAB%20III%20Kerangka%20Teori.pdf>. Di akses pada: 24 februari 2023

Secara harfiah konsumen artinya orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh. Adapun kata konsumen dari berasal bahasa Inggris yaitu “*consumer*”, atau dalam bahasa Belanda yaitu “*consument*”. Konsumen pada biasanya diartikan menjadi pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang buat digunakan dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan lagi.²⁷

Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen pemakai dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir. Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “konsumen” yg mengaburkan dari maksud yg sesungguhnya. Beberapa peraturan undang-undang menyampaikan pengertian wacana konsumen. Misalnya, dalam Undang-undang perlindungan Konsumen Pasal 1 nomor (2), yaitu konsumen ialah setiap orang pemakai barang dan /atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, *famili*, orang lain, maupun makhluk hayati lain serta tidak buat diperdagangkan.²⁸

Pada kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir serta konsumen antara. Konsumen akhir artinya pengguna atau pemanfaat akhir berasal suatu produk, sedangkan konsumen antara ialah konsumen yang memakai suatu produk menjadi bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Maka yang dimaksud asal pengertian konsumen menurut Undang-undang

²⁷Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2010, Hal. 17

²⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Bandung: Citra Umbara, 2007), Hal. 2

proteksi konsumen merupakan konsumen akhir. Ditegaskan oleh Az. Nasution dengan menyampaikan batasan tentang konsumen, yaitu:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang menerima barang atau jasa dipergunakan buat tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang menerima barang dan /atau jasa untuk dipergunakan menggunakan tujuan menghasilkan barang/jasa lain atau buat diperdagangkan (tujuan komersial).
- c. Konsumen akhir, artinya setiap orang alami yg mendapat serta memakai barang dan/atau jasa buat tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya eksklusif, famili serta/atau tempat tinggal tangga dan tidak untuk diperdagangkan balik (non-komersial).

3. Pengertian *E-Commerce*

E-commerce asal dari bahasa Inggris ialah dua penggabungan kata, yaitu *Electronic* berarti elektronik serta *Commerce* berarti perdagangan. Jadi, *E-Commerce* merupakan transaksi perdagangan melalui media elektro yang terhubung menggunakan internet. Definisi lainnya dari beberapa pakar di bidang teknologi informasi serta marketing, pengertian *E-Commerce* menjadi berikut:

- a. Dari Loudon dalam kitab *E-Commerce, Teori serta Implementasi* yang disusun oleh Adi Sulisty Nugroho, pengertian *E-Commerce* ialah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli serta menjual banyak sekali produk secara elektro berasal perusahaan ke

perusahaan lain dengan memakai personal computer menjadi perantara transaksi usaha yg dilakukan.

b. menurut Kalokata dan Whinston melihat pengertian *E-Commerce* dari empat perspektif, yaitu:

1) Perspektif Komunikasi, *E-Commerce* artinya sebuah proses pengiriman barang, layanan, isu atau pembayaran melalui komputer ataupun alat-alat elektronika lainnya.

2) Perspektif proses bisnis, *E-Commerce* adalah sebuah perangkat lunak berasal suatu teknologi menuju otomatisasi berasal transaksi bisnis dan aliran kerja.

3) Perspektif layanan, *E-Commerce* merupakan suatu alat yang memenuhi harapan perusahaan, manajemen dan konsumen buat mengurangi porto layanan (*service cost*) waktu meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

4) Perspektif online, *E-Commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta berita layanan internet juga wahana online lainnya.

c. Berdasarkan Mariza Arfina serta Robert Marpaung, *E-Commerce* bisa diartikan menjadi suatu cara berbelanja atau berdagang secara online yg memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yg dapat menyediakan layanan *get and deliver*.

d. Dari David Baum, *E-Commerce* ialah satu set bergerak maju teknologi, aplikasi serta proses usaha yang menghubungkan

perusahaan, konsumen serta komunitas eksklusif melalui transaksi elektro dan perdagangan barang, pelayanan serta berita yg dilakukan secara elektronik.

- e. Menurut Roger Clarke, *E-Commerce* ialah tata cara perdagangan barang dan jasa yg menggunakan media telekomunikasi serta telekomunikasi sebagai indera bantunya.²⁹

3. Pengertian *Marketplace*

Marketplace adalah suatu *software* atau *website* yang menjadi perantara antara penjual serta pembeli di global maya, sekaligus bertindak menjadi pihak ketiga yang tidak hanya menyediakan daerah rendezvous antara penjual dan pembeli tetapi pula transaksi pembayaran. Sedangkan dari parah pakar pengertian *marketplace* menjadi berikut :

- a. Dari Strauss

Marketplace artinya penggunaan data elektro serta aplikasi buat perencanaan serta pelaksanaan konsepsi, distribusi dan harga sebuah pandangan baru, barang serta jasa buat membangun pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

- b. Dari Smith dkk

Marketplace didefinisikan menjadi mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi digital.

- c. Dari Opiida

²⁹ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Ekuilibria, Yogyakarta, 2016, Hal. 5-7

Marketplace ialah salah satu penyedia media online berbasis internet (*web based*) yang tempat melakukan kegiatan bisnis serta transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli bisa mencari *supplier* sebesar mungkin menggunakan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sinkron harga pasar.³⁰

4. Pengertian Shoppe

Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh *Sea Limited* (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng, mantan karyawan *Rocket Internet* yang pernah memimpin Zalora dan Lazada.³¹

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian hukum normatif (*normative law research*) menggunakan studi kasus normatif berupa produk perilaku hukum, misalnya mengkaji undang-undang. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan

³⁰ "<https://info.populix.co/articles/apa-itu-marketplace/>". Diakses pada tanggal 12 Desember 2022

³¹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>. Diakses pada, 24 Februari 2023

perilaku setiap orang. Sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif, asas-asas dan doktrin hukum, penemuan hukum dalam perkara *in concreto*, sistematika hukum, taraf sinkronisasi, perbandingan hukum dan sejarah hukum.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memutuskan menggunakan metode penelitian hukum normatif untuk meneliti dan menulis pembahasan Tesis ini sebagai metode penelitian hukum. Penggunaan metode penelitian normatif dalam upaya penelitian dan penulisan Tesis ini dilatari kesesuaian teori dengan metode penelitian yang dibutuhkan penulis.

Khususnya adalah aturan yang terdapat pada Perlindungan Konsumen di Indonesia, khusus dalam masalah perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *marketplace* shopee. Pada penelitian aturan normatif ada beberapa pendekatan, menggunakan pendekatan tadi peneliti akan mendapatkan berita dari banyak sekali aspek tentang isu yang sedang ekprementasi guna dapat menemukan jawabannya.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian dalam penulisan tesis ini merupakan deskriptif-analitik, yakni penulis memakai cara mendeskripsikan aturan serta fenomena yang memiliki korelasi dengan persoalan perlindungan aturan bagi konsumen pada transaksi *e-commerce* untuk mengetahui kejelasan mengenai pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan perundang undangan (*statute approach*).

Adapun substansi dari penelitian ini akan berusaha memaparkan konsep Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* melalui *marketplace* Shopee dan kemudian menarik kesimpulannya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan yuridis normatif teknik pengumpulan bahan hukum primer dilakukan melalui studi literatur hukum dan peraturan perundang-undangan yang terkait. Pengumpulan bahan hukum sekunder dilakukan dengan kajian kepustakaan terkait penelitian. Pengumpulan bahan hukum tersier dilakukan melalui penelaahan pustaka, baik manual maupun elektronik melalui internet. Hasilnya akan diolah kemudian dianalisis. Penelitian ini merupakan penelitian aturan normatif, (yuridis) adapun sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Sumber data primer

- 1) Undang-Undang Dasar 1945 hasil amandemen ke empat tahun 2002
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- 3) Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
- 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Perlindungan Data Pribadi.

- 5) Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
 - 6) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
 - 7) Peraturan Menteri Perdagangan Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
 - 8) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik
- b. Bahan-bahan hukum *sekunder*, yaitu bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer, dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer, meliputi:
- 1) Rancangan peraturan-peraturan perundang-undangan,
 - 2) Hasil karya ilmiah para sarjana,
 - 3) Hasil-hasil penelitian.
- c. Bahan-bahan hukum *Tersier*, yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan informasi tentang bahan hukum *primer* dan bahan hukum *sekunder*, misalnya:
- 1) *Bibliografi*,
 - 2) *Indeks kumulatif*.³²
- d. Teknik Analisis Data

³² Suratman, dan H. Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, Bandung, 2013 Hal. 67

Menggunakan pola pikir deduktif dan induktif secara kombinasi. Data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan dan studi kepustakaan kemudian dianalisis dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Dengan menggunakan metode ini maka diharapkan diperoleh hasil dan gambaran maksimal terkait permasalahan penelitian dalam tesis ini.

G. Keaslian Penelitian

Penelitian terhadap perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui sistem transfer antar rekening bank di Indonesia sungguh bukan sesuatu yang baru, banyak penelitian sebelumnya yang telah dibahas dan ditemukan dalam berbagai media baik cetak maupun elektronik, dalam bentuk buku maupun jurnal-jurnal lainya oleh para pakar Hukum Islam maupun hukum positif diantaranya sebagai berikut:

1. Heri Lilik Sudarmanto dalam jurnalnya yang berjudul “Pendekatan Hukum Dalam Mengatasi Masalah *e-commerce* Di Indonesia” penulis mengemukakan bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa saja yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah dalam *e-commerce*. Sejauh ini, berbagai penelitian dilakukan dan menyebutkan bahwa dari segi hukum bisnis masalah dalam *e-commerce* yang ada di Indonesia adalah *customer protection* yang belum memadai, regulasi pemerintah terutama penetapan pajak, tingginya biaya pemakaian data *center* dan penggunaan domain kode negara atau .id, transaksi jual beli yang masih rawan tindak penipuan, rendahnya jaminan kepastian hukum terhadap pelaku *e-commerce*, dan ancaman *cyber security*.

2. Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa di dalam artikelnya berjudul, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-Commerce*)” dalam artikel ini akan membahas bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di singkat dan bagaimana mengatur peraturan hukum di Indonesia terkait konsumen undang-undang perlindungan sebagai sarana penyelesaian masalah hukum yang berkaitan dengan konsumen dan bisnis.
3. Ida Ayu Eka Pradnyaswari dan I Ketut Westra di dalam jurnalnya berjudul, “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa *E-Commerce*” Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perlindungan terhadap pengguna jasa jual-beli *online* (*Ecommerce*) terkait kerahasiaan data pribadi dan bagaimana cara Pemilik toko menyelesaikan sengketa terkait kerugian konsumen.

H. Sistematika Penulisan

Lebih terarahnya penulisan tesis memerlukan sistematika yang jelas dan dapat dijadikan pedoman dalam melakukan pembahasan. Berkaitan dengan itu pembahasan tesis ini terdiri dari beberapa bab, antara lain:

Bab I Pendahuluan

Pembahasan penulisan Bab I ini, penulis akan menguraikan tentang latar belakang masalah. Adapun komposisi sub-pembahasan ialah terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori dan Metode Penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menerangkan secara khusus mengenai Ketentuan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* melalui *Marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia, baik secara teori-teori maupun doktrin secara umum

Bab III Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Melalui *Marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang akan dibahas sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, antara lain berisikan tentang ketentuan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *Marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia serta kebijakan formulasi yang akan datang dalam implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui PT. Shopee Internasional Indonesia.

Bab IV Analisis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* melalui *Marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia

Bab ini berisi tentang lanjutan hasil penelitian dan pembahasan yang akan dibahas sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, antara lain berisikan tentang mekanisme dan tata cara pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui *Marketplace* PT. Shopee Internasional Indonesia.

Bab V Penutup

Pada Bab penutup ini penulis akan meguraikan tentang kesimpulan dari rumusan masalah berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan. Selain kesimpulan penulis juga akan memberikan saran dan rekomendasi terkait dengan hasil penelitian, serta kutipan-kutipan yang digunakan.



