

**TANGGUNG JAWAB SELLER JEJAKTAPAK PADA
PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE DALAM
MEMENUHI HAK-HAK KONSUMEN**

Oleh : Arni Novi Sihombing

Pembimbing I : Dr. Firdaus, SH.,MH

Pembimbing II : Riska Fitriani,SH.,MH

Alamat : Jl. Gelugur Ujung No 71, Tangkerang Utara, Pekanbaru

Email : arnisihombing09@gmail.com. Telepon : 085360172432

ABSTRACT

Internet-based sale and purchase transactions have reformed the sale and purchase transactions that occur conventionally, where transactions between business actors and consumers that were originally carried out directly become indirect transactions. One of the growing online buying and selling transaction sites in Indonesia is Shopee. The Government and Shopee site administrators have guaranteed consumer rights through the law, but there are still many cases of consumers who are disadvantaged in these online transactions.

The issues discussed are first, regarding how the Implementation of Business Actors' Responsibilities in the online sale and purchase agreement in protecting consumer rights, and secondly the Efforts to Protect Consumer Rights in the Online Purchase Agreement.

This thesis research method uses the type of sociological legal research. Sociological law research is research that wants to see the correlation between law and society, so that it can reveal the effectiveness of law enforcement in society. This research is descriptive. The data used are primary and secondary data, namely directly through respondents (field), Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection, legal journals and books relating to research. This data analysis is done qualitatively and deductive conclusions are drawn.

From the results of research conducted by the author, found that many consumers are harmed as a result of not being able to return goods or funds to goods that do not match received. So there needs to be a change in the service of JejakTapak Seller to improve its services significantly so that consumers are satisfied with the service. Consumers also need to be more careful in shopping online.

Keywords: Responsibility - Online Shopping

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*.¹

Dewasa ini banyak pelaku usaha dan konsumen melakukan transaksi jual-beli melalui *online*. Faktor yang mendorong pelaku usaha melakukan transaksi *online* ialah dikarenakan melalui transaksi *online* pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran, distribusi dan lain-lain. Sedangkan faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi *online* karena melalui transaksi *online* konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan antara lain konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan.² Dalam melakukan pembelian melalui transaksi *online* pasti ada tantangan positif dan tantangan negatif baik dari pihak pelaku usaha maupun pihak konsumen. Dapat dikatakan positif dikarenakan oleh keadaan itu dapat memberi manfaat dimana konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya.³

Pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan transaksi *online* mempunyai dampak negatif pada

konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi *online* dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi *online* dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi *online* antara lain, yaitu :⁴

1. Waktu pengiriman produk
2. Ketidakpastian Barang sampai
3. Permasalahan pengembalian barang
4. Pelaku usaha berada di Negara berbeda.

Salah satu *e-commerce* di Indonesia adalah Shopee. Shopee adalah salah satu pusat perbelanjaan yang dikelola oleh Sea Group, dan di Indonesia dikelola oleh PT.Shopee Indonesia. Bisnis *Customer to Costumer* (C2C) *mobile marketplace* yang diusung Shopee memungkinkan kehadirannya dapat mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk di Indonesia. Salah satu seller yang terdaftar pada Shopee ialah seller JejakTapak yang menjual dompet pria dan wanita, smartwatch, tas, microphone portable dan yang lainnya. Seller JejakTapak ini mendapatkan 863 penilaian bintang 1 pada tokonya di Shopee, 863 tersebut adalah orang yang sudah belanja pada seller JejakTapak yang mengalami kekecewaan dikarenakan barang yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang mereka pesan dan barang yang mereka dapatkan rusak bahkan jumlah barang yang mereka dapatkan kurang dari jumlah yang dipesan.

Hal yang dialami konsumen rahmatramadhan12, ia membeli 2 smartwatch tetapi kedua

¹ Rifan Adi Nugraha, *et. Al.*, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online", *Jurnal Serambi Hukum*, Vol. 08, No. 02 , 12 Oktober 2019, hlm. 91.

² *Ibid*, 92

³ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Yogyakarta, 2008, hlm. 3

⁴ Dian Mega Erianti Renouw, *Perlindungan Hukum E-commerce*, pramuka Grafika, Jakarta, 2017, hlm. 36

smartwatchnya rusak tidak mau terkoneksi kelayar, dan pada saat rahmatramadhan kembali *Chat* kepada seller JejakTapak untuk menanyakan dan meminta pertanggung jawaban, seller JejakTapak tidak membalas *Chat* rahmatramadhan¹². Rahmatramadhan¹² mengalami kerugian kurang lebih Rp.150.000,-, dan juga konsumen dina654321 yang membeli 3 smartwacth tetapi satu smarwacthnya rusak dan ketika ia meminta pertanggung jawaban kepada seller JejakTapak akun shoppe dina654321 malah diblockir oleh seller JejakTapak sehingga tidak bisa lagi complain kepada seller tersebut akibatnya dina654321 mengalami kerugian ± Rp. 100.000,-. Dan hal yang sama dialami juga oleh 31 konsumen lainnya.

Kepastian hukum dalam melindungi konsumen yang di gunakan di Indonesia saat ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimana pada Pasal 4 huruf (e) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; dan huruf (j) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; tetapi hal tersebut kurang terlaksana dalam Transaksi *online* terkhususnya dalam belanja *online*. Saat ini masih banyak masyarakat yang resah terhadap hak-haknya sebagai konsumen yang tidak diterima dan tidak terlindungi.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituang dalam suatu karya ilmiah yang berjudul: ***“Tanggung Jawab Seller JejakTapak Pada Perjanjian jual***

beli online dalam Memenuhi hak-hak Konsumen”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis mengangkat perumusan masalah pada penelitian antara lain :

1. Bagaimana pelaksanaan tanggung jawab Seller JejakTapak pada perjanjian jual beli *online* dalam memenuhi hak-hak konsumen?
2. Bagaimana upaya yang harus dilakukan Seller JejakTapak terhadap pemenuhan hak-hak konsumen pada perjanjian jual beli *online*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak penulis capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pelaksanaan transaksi *online*.
- b) Untuk mengetahui kaitan antara perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pelaksanaan transaksi secara *online* dengan asas kepastian hukum.

2. Kegunaan Penelitian

- a) Sebagai penelitian yang mendalami dan mempraktekan teori-teori yang telah diperoleh penulis selama kuliah di Fakultas Hukum Universitas Riau, Pekanbaru.
- b) Sebagai sumbangan pemikiran bagi para akademisi, sekaligus bahan perbandingan sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih bermanfaat lagi dan demi pengembangan pengetahuan hukum.

- c) Bagi Aparat Penegak Hukum, sebagai bahan masukan dan pertimbangan agar lebih memperhatikan dan dapat menjalankan tugas dan peranannya.
- d) Sebagai sumbangan bagi masyarakat luas, diharapkan masyarakat mengetahui tentang kepastian hukum terkait perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pelaksanaan transaksi secara *online*.

D. Kerangka Teori

1. Teori Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab merupakan perihal yang penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.⁵

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

a) Kesalahan (*liability based fault*)

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1365 dan 1366 prinsip ini dipegang secara teguh.⁶ Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum apabila ada unsur kesalahan yang dilakukan. Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang lazim dikenal sebagai pasal

tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

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

Kesalahan yang dimaksud adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian “hukum”, tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.⁷

b) Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*)

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab, sampai salah satu pihak dapat membuktikan tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada tergugat.⁸ Dasar pemikiran dari teori pembalikan beban pembuktian adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya.⁹

c) Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*)

Prinsip praduga untuk selalu tidak bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian dapat biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan.¹⁰

d) Tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

⁵Celina Tri Siwi Kristianti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm. 92.

⁶ *Ibid.* Hlm. 93.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

Prinsip tanggung jawab mutlak sering diidentikkan dengan tanggung jawab absolut. Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk “menjerat” pelaku usaha, khususnya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan.¹¹

e) Prinsip tanggung jawab (*imitation of liability*)

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk mencantumkan sebagai klausula eksonerasi dalam perjanjian standart yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam UUPK seharusnya pelaku usaha tidak dibenarkan secara sepihak melakukan klausula yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya.¹²

Seharusnya dalam kasus yang penulis teliti yakni seller JejakTapak pada aplikasi jual beli *online* Shoppe selaku pihak penjual yang seharusnya bertanggung jawab atas keluhan-keluhan yang disampaikan konsumen, jangan tidak menanggapi keluhan konsumen dan juga tidak menyetujui proses *return* barang. Jika pihak seller JejakTapak tidak memenuhi tanggungjawabnya maka pihak seller JejakTapak tidak menjalankan prinsip tanggungjawab mutlak (*strict liability*) selaku pelaku usaha.

2. Asas Itikad Baik

Dalam proses pembuatan sebuah perjanjian termasuk perjanjian jual beli atau transaksi digital, haruslah didasari dengan itikad baik dari masing-masing pihak dalam perjanjian tersebut, baik dari pelaku usaha maupun dari pihak konsumen. Asas itikad baik (*good faith*) menurut Subekti merupakan salah satu sendi terpenting dalam hukum perjanjian.¹³

Asas itikad baik tertuang dalam pasal 1338 KUHPerdara yang berbunyi “Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang yang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan ini tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.” Jadi apabila dilihat dari ketentuan pasal tersebut, itikad baik merupakan prinsip yang wajib dipenuhi oleh para pihak dalam perjanjian. Pengertian itikad baik mempunyai 2 (dua) arti, yaitu :

- 1) Arti objektif, bahwa perjanjian yang dibuat itu mesti dilaksanakan dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan.
- 2) Arti subjektif, yaitu pengertian itikad baik yang terletak dalam sikap batin seseorang.

Maksud dari dilaksanakannya perjanjian dengan itikad baik adalah bagi para pihak dalam perjanjian terdapat suatu keharusan untuk tidak melakukan segala sesuatu yang tidak masuk akal sehat yaitu tidak bertentangan dengan norma kepatutan dan kesusilaan, sehingga akan dapat menimbulkan keadilan

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.* hlm. 95.

¹³ Subekti, *Pokok Pokok Hukum Perdata*, PT. Intermedia, Bogor, 1996 hlm.41.

bagi kedua belah pihak dan tidak merugikan salah satu pihak. Selain itu prinsip asas itikad baik yang terletak dalam sikap batin seseorang harus sangat diperlukan guna mencegah terjadinya wanprestasi dari para pihak dalam perjanjian apalagi dalam perjanjian transaksi digital.

E. Kerangka Konseptual

1. Belanja *online* (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui Internet.¹⁴
2. *Seller* merupakan istilah dari pelaku usaha (penjual) yang terdapat di dalam suatu situs *marketplace*, mereka memasukan barang dagangannya dan mendapatkan keuntungan di dalam proses transaksi dengan konsumen.¹⁵
3. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁶
4. 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.¹⁷
5. Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu

mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.¹⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum yang digunakan Penulis adalah jenis penelitian hukum sosiologis. Penelitian hukum sosiologis adalah penelitian yang hendak melihat korelasi antara hukum dan masyarakat, sehingga mampu mengungkapkan efektifitas berlakunya hukum dalam masyarakat.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan peneliti ialah Seller JejakTapak yang beralamat di Batam. Adapun yang menjadi alasan Penulis memilih lokasi ini karena dari semua seller yang ada di Shoppe seller JejakTapak merupakan seller yang telah mendapatkan Star Seller dengan penjualan yang banyak.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekumpulan obyek yang hendak diteliti berdasarkan lokasi penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya.¹⁹

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pemilik Perusahaan yaitu Bapak Antoni ;
- 2) Konsumen seller JejakTapak.

b. Sampel

¹⁴ Mujiyana, Ingge Elissa, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online", *J@TI Undip*, Fakultas ekonomi Universitas Gunadarma, Vol, VIII, No, 3 september 2013, hlm. 147.

¹⁵ Amila Desiania, Muhamad Amirullohb, Agus, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik", *Jurnal Hukum Kenotariatan dan ke-PPAT-an* Volume 2, Nomor 1, Desember 2018, Bandung, hlm, 61

¹⁶ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁷ Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁸ Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹⁹ Bambang waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, sinar grafika, Jakarta : 2002, hlm. 44.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat mewakili keseluruhan objek penelitian untuk mempermudah penulisan untuk menjawab permasalahan.²⁰

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel populasi dan sampel penelitian dibawah ini :

Tabel 1.1
Populasi dan Sampel

No	Jenis Populasi	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel	Persentase (%)
1	Call Center Shoppe	2	2	100
2	Seller JejakTapak	1	1	100
3	Konsumen JejakTapak Bulan mei-september 2019	109	50	46
Jumlah		112	36	-

Sumber: Data Shoppe 2019

3. Sumber Data

Adapun sumber data yang Penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh Penulis melalui responden dan wawancara dilapangan terkait Tanggung jawab seller JejakTapak pada perjanjian jual beli *online* dalam memenuhi hak-hak konsumen.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui kepustakaan yang bersifat mendukung data primer. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian.²¹

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.²², yang terdiri dari :

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indoneisa Tahun 1945
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah buku-buku dan tulisan-tulisan ilmiah hukum yang terkait dengan objek penelitian ini.²³

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, yang dapat diperoleh dari ensiklopedia, Kamus Besar Bahasa Indonesia dan internet.

4. Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara adalah proses melakukan tanya jawab dengan responden terkait permasalahan yang menjadi objek penelitian. Dalam proses tanya jawab ini Penulis mewawancarai bapak Okky call center Shoppe dan bapak

²⁰ *Ibid*, hlm 43.

²¹ Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung: 2010. hlm.62

²² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Pranada Media, Jakarta: 2005, hlm. 141.

²³ Zainudin ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Garfika, Palu: 20013, hlm.106

- Antoni selaku pemilik seller JajakTapak.
- b. Kajian Kepustakaan yaitu peneliti mengambil kutipan dari buku bacaan, literatur, atau buku pendukung yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.
 - c. Kuisioner yaitu Peneliti mengumpulkan data melalui kuisioner, dengan membuat daftar-daftar pertanyaan yang memiliki korelasi dengan permasalahan yang diteliti, serta pertanyaan itu telah disediakan jawaban-jawabannya. Dengan demikian responden hanya diberi tugas untuk memilih jawaban sesuai dengan seleranya. Kuisioner ini saya tujuan kepada konsumen Seller JejakTapak.
 - d. Analisis data merupakan tindak lanjut proses pengolahan data. Setelah data primer maupun data sekunder diperoleh, data-data yang terkumpul tersebut akan diolah dan dianalisis dengan cara analisis kualitatif yaitu dengan menguraikan secara deskriptif atau memberikan gambaran secara rinci dan jelas mengenai objek penelitian. Hal ini dimaksudkan guna mendapatkan suatu kebenaran sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan secara deduktif yaitu penarikan suatu kesimpulan dari suatu pernyataan atau dalil yang bersifat umum menjadi suatu pernyataan yang bersifat khusus.

II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha pada perjanjian jual beli *online* dalam melindungi hak-hak konsumen

1. Tanggung Jawab Pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang.

a. Tanggung Jawab Pelaku usaha berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Secara umum tanggung jawab dapat dibedakan dalam hukum perdata berdasarkan hukum perikatan, yaitu: (a) tanggung jawab hukum karena perjanjian/hubungan kontraktual (*privity of contract*) seperti yang tercantum dalam pasal 1338 dan pasal 1317 KUH Perdata, (b) tanggung jawab karena undang-undang. Adapun tanggung jawab yang lahir karena undang-undang meliputi dua hal yaitu (i) tanggung jawab yang timbul karena Undang-undang saja atau (ii) tanggung jawab yang lahir sebagai akibat dari perbuatan orang, dimana perbuatan tersebut dapat bersifat sesuai dengan hukum (perbuatan yang sah / halal) maupun perbuatan yang melawan hukum yang disebut juga dengan istilah Perbuatan Melawan Hukum (PMH).

Pertanggungjawaban yang tertuang dalam Pasal 1365 KUHPerdata dan Pasal 1366 KUHPerdata mewajibkan adanya unsur kesalahan artinya seseorang tersebut harus bersalah (*liability based on fault*).

Asas pertanggungjawaban secara kesalahan (*fault*) didasarkan pada prinsip bahwa tidak ada pertanggungjawaban apabila tidak ada unsur kesalahan dalam ilmu hukum disebut *Tortious Liability* atau *Liability Based on Fault*. Selanjutnya pihak yang berkewajiban untuk membuktikan unsur kesalahan

tersebut adalah pihak yang menuntut ganti rugi dengan kata lain beban pembuktian ada pada pihak penggugat sebagaimana ditentukan oleh Pasal 1865 KUHPerdara.²⁴

Selain prinsip *liability based on fault* yang terkandung dalam Pasal 1365 KUHPerdara ada juga pertanggungjawaban yang berdasarkan pada adanya wanprestasi yang merupakan suatu *contractual liability* yang termaktub dalam Pasal 1243 KUHPerdara.²⁵ Wanprestasi adalah suatu keadaan tidak terpenuhinya kewajiban sebagaimana ditetapkan dalam perikatan atau perjanjian. Wanprestasi dapat terjadi karena dua hal yaitu karena kesalahan debitur baik sengaja ataupun lalai dan karena keadaan memaksa (*overmacht/forcemajeur*).

Sedangkan

b. Tanggung Jawab Pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Terkait dengan tanggung jawab pelaku usaha telah diatur didalam Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang

dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Memperhatikan substansi pasal 19 ayat (1) di atas dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi:

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran; dan
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

c. Tanggung Jawab Pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2011 tentang

²⁴Andria Luhur Prakoso, "Prinsip Pertanggungjawaban Perdata Dalam perspektif kitab Undang Undang Hukum Perdata Dan Undang Undang Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup", Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2016, hlm 216

²⁵ *Ibid.*

Informasi dan transaksi Elektronik

Saat Barang yang Anda Terima Tidak Sesuai dengan yang Diperjanjikan Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Sistem hukum Nasional berdasarkan pada Pasal 17 (2) Undang-undang No. 11 tahun 2011 tentang Informasi dan transaksi Elektronik, Pola pertanggung jawaban para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik, sehingga akan didasarkan pada prinsip tanggung jawab yang mana diantara tiga bentuk tanggung jawab, yaitu (i) tanggung jawab atas kesalahan (*liability based on fault*), (ii) tanggung jawab atas kelalaian (*negligence*) ataukah (iii) prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan (*strict liability*). Pada pasal 18 (1) bahwa transaksi elektronik dituangkan kedalam kontrak elektronik yang mengikat kedua belah pihak/parapihak.

2. Pelaksanaan Tanggung Jawab Seller JejakTapak Terhadap Pemenuhan hak-hak Konsumen pada Perjanjian Jual Beli Online.

Transaksi jual beli secara elektronik salah satu hal yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya adalah subjek hukum. Mengenai hubungan hukum antara subjek hukum pada transaksi ini menyangkut langsung dengan hak

dan kewajiban. Subjek hukum dalam jual beli secara transaksi elektronik adanya penjual, pembeli, bank dan *provider*.

Aplikasi belanja Shoope seller JejakTapak mendapatkan 863 bintang 1 dari pembeli. Pada bulan mei-september 2019 ada 109 konsumen yang memberikan bintang 1 dan dari 109 konsumen ada 14 konsumen menerima barang tidak sesuai, dan ada 32 konsumen yang menerima barang yang rusak. Dan dari kejadian tersebut ada 18 konsumen yang meminta *refund* dan *return* barang kepada seller JejakTapak tetapi tidak diindahkan oleh seller JejakTapak.²⁶

Dari kesembilan hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UUPK, ada beberapa hak yang sering dikesampingkan oleh pelaku usaha seperti hak untuk mendapatkan informasi secara lengkap mengenai barang yang dipesan dan hak untuk mendapatkan ganti kerugian terhadap barang yang dipesan baik barang itu rusak, cacat atau barang tidak diterima oleh konsumen.

Tabel 1.2

Jawaban responden terhadap barang yang diterima

No	Hal	Jumlah	Presentase (%)
1	Barang Cacat	32	64%
2	Barang Tidak seperti yang dijanjikan	14	28%
3	Konsumen yang meminta <i>refund</i> dan <i>return</i>	18	36%

Sumber Data Tahun 2019

Saat ini banyak pihak pelaku usaha mengesampingkan hak-hak konsumen. Terkait dengan hak konsumen, seller JejakTapak pada aplikasi shoppe telah melanggar hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 undang-undang Nomor 8

²⁶ Analisi data penilaian toko pada aplikasi Shoppe, Diakses pada 29 April 2020

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

- a. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.. Berdasarkan tabel 1.2 bahwa 64% konsumen yang menerima barang rusak dan 28% konsumen menerima barang tidak sesuai dengan pesanan mereka. Seperti yang dialami oleh rahmatramadhan12 membeli 2 smartwatch tetapi kedua smartwatchnya rusak tidak mau terkoneksi kelayar, dan pada saat rahmatramadhan kembali *Chat* kepada seller JejakTapak untuk menanyakan dan meminta pertanggung jawaban, seller JejakTapak tidak membalas *Chat* rahmatramadhan.
- b. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Berdasarkan tabel 1.21 ada konsumen yang mendapatkan barang yang rusak, dan yang palsu hal itu berarti konsumen tidak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang yang ditawarkan seller JejakTapak. Konsumen nialana91 memesan 1 smartwach ketika barangnya datang smartwach tersebut tidak berfungsi dengan baik yang dimana jaringan pada smartwach tidak tampak. Penjual menjanjikan *Garansi* selama 1 bulan tetapi ketika nialana91 menghubungi seller JejakTapak tetapi tidak ada tanggapan. Hal tersebut tentu telah melanggar hak konsumen yang dimana konsumen memiliki hak mendapatkan informasi yang benar dan jujur terhadap kondisi

barang dan juga jaminan yang diberikan.

- c. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Berdasarkan tabel 1.2 bahwa ada 64% konsumen yang menerima barang rusak dan 28% konsumen menerima barang tidak sesuai dengan pesanan mereka dan konsumen tersebut telah menghubungi pihak seller JejakTapak tetapi tidak direspon juga konsumen telah membuat komentar terhadap seller JejakTapak pada kolom ulasan toko tetapi tetap saja tidak direspon dan jumlah konsumen yang membuat komentar pada seller JejakTapak semakin bertambah dan tidak direspon juga oleh pihak seller JejakTapak.
- d. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Berdasarkan tabel 1.2 tampak jelas bahwa konsumen tidak mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian terhadap barang yg diteima oleh konsumen, bahkan complain konsumen tidak ditanggapi oleh pihak JejakTapak.

Berdasarkan kasus-kasus di atas memperlihatkan adanya pelanggaran terhadap asas itikad baik yang dilakukan oleh pelaku bisnis *online* dalam menjalankan kegiatan usahanya dari mulai tahapan pra transaksi sampai dengan pasca transaksi. Jual beli *online* baik dilakukan melalui *marketplace* (perantara) maupun tanpa perantara, pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kelalaian yang dilakukannya yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumen.

B. Upaya Yang Harus Dilakukan Seller JejakTapak Terhadap Pemenuhan Hak-Hak Konsumen Pada Perjanjian Jual Beli Online

1. Hak-hak Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

John F.Kennedy dalam pidatonya mengemukakan hak-hak konsumen secara umum dikenal menjadi empat hak dasar yaitu:²⁷

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

Hak-hak konsumen juga diatur dalam Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu adalah sebagai berikut:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur tanpa diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Apabila konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak-hak konsumen harus dipenuhi, baik oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek. Secara universal, hak-hak tersebut adalah hak yang melekat pada setiap konsumen.²⁸

2. Upaya Seller JejakTapak Dalam Memenuhi Hak-Hak Konsumen Pada Perjanjian Jual Beli Online.

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Upaya-upaya pemenuhan hak konsumen yang dilakukan seller JejakTapak ialah, seller JejakTapak memberi pilihan cara pembayaran melalui *transfer* bank dan *ShopeePay* dalam hal pembayaran, dalam hal layanan pengiriman barang, seller JejakTapak memberikan pilihan pengiriman melalui *ShopeeExpress*, *J&Texpress*, *JNEexpress*, *Ninjaexpress*, *Sicepatexpress*, *Gosend*,

²⁷ Gunawan Wijaya dan A Yani, “*Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*”, Pustaka Utama, Jakarta: 2001, hal 27

²⁸ Abdul Halim Barkatullah, “Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di *Commerce*”, *Jurnal Hukum* No. 2 Vol.14, April 2007, Hlm 257

Grabexpress, Pos Indonesia dan Indah Group, dalam hal mutu barang, Seller JejakTapak memberikan jaminan kepada konsumen bahwa barang yang mereka jual merupakan barang yang berkualitas.

- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Dalam hal memilih barang, Seller JejakTapak memberikan spesifikasi produk pada setiap barang yang dijual. Dalam hal mendapatkan barang yang sesuai, seller JejakTapak memberikan kompensasi pengembalian dana konsumen 50%, jika konsumen tidak setuju maka *return* produk dan pengembalian dana 100% apabila barang yang diterima tidak sesuai atau cacat.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hasil wawancara peneliti terhadap bapak Antoni selaku pemilik JejakTapak, beliau menyatakan bahwa informasi beserta foto yang ada pada katalog toko sesuai dan asli. Tiap produk yang dijual juga memiliki spesifikasi produk dan deskripsi produk yang menjelaskan merek, bahan, ukuran dan jumlah stock yang memudahkan konsumen untuk mengetahui keadaan produk tersebut.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Seller JejakTapak menerima keluhan-keluhan konsumen dengan fitur *Chat* yang disediakan shopee. Saat Seller JejakTapak tidak menanggapi

keluhan konsumen maka konsumen dapat melapor pada shopee. Shopee memiliki tanggung jawab untuk menyediakan sarana pelaporan yang memadai terhadap setiap keluhan konsumen dengan adanya fasilitas aduan 24 (dua puluh empat) jam melalui *customer care shopee* di nomor 150072 atau melalui *email* ke *cs@shopee.co.id*.

- e. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pihak Seller Jejaktapak disini selalu berusaha memberikan ganti rugi sesuai dengan hak konsumen. Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Antoni selaku pemilik JejakTapak, beliau mengatakan bahwa jika produk cacat bawaan pabrik maka dananya akan *direfund*, jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai maka seller Jejaktapak akan menawarkan pengembalian dana konsumen 50%, jika konsumen tidak setuju maka *return* produk dan pengembalian dana 100%.

III. PENUTUP

a. Kesimpulan

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, ganti rugi sebagaimana dimaksud dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan

yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Pada pelaksanaannya seller JejakTapak tidak melakukan tanggung jawabnya sebagaimana yang diatur, seller JejakTapak tidak memberikan ganti kerugian terhadap konsumen yang berbelanja pada seller tersebut bahkan seller tersebut tidak menghiraukan keluhan konsumen sehingga memberikan kerugian kepada konsumen yang berbelanja.

2. Upaya pemenuhan terhadap hak-hak Konsumen pada perjanjian Jual beli *online* yang Seller JejakTapak berikan terhadap konsumen ialah dengan melakukan upaya *preventif* terhadap pemenuhan hak-hak konsumen, yang dimana terhadap hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam melakukan pembayaran, dalam keselamatan pengiriman, dan dalam hal keamanan mutu barang. Terhadap hak konsumen mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, seller menjanjikan mengembalikan dana 50% atau dengan *return* produk dan pengembalian dana 100% jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai yang dipesan. Terhadap hak konsumen untuk didengar keluhannya, seller JejakTapak berupaya untuk menanggapi keluhan-keluhan konsumen dan juga akan memberikan solusi terhadap keluhan-keluhan konsumen. Juga terhadap hak konsumen menerima ganti rugi atau kompensasi atas

barang yang tidak sesuai yang diterima konsumen seller JejakTapak jika produk cacat bawaan pabrik maka dananya akan *direfund*, jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai maka seller JejakTapak akan menawarkan pengembalian dana konsumen 50%, jika konsumen tidak setuju maka *return* produk dan pengembalian dana 100%.

b. SARAN

1. Pihak Produsen dalam hal ini Seller JejakTapak perlu adanya perubahan untuk memperbaiki pelayanannya secara signifikan sehingga konsumen puas dengan pelayanannya dalam hal memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen sehingga tidak ada lagi konsumen yang dirugikan. Pelaku usaha juga harus memperhatikan hak-hak konsumen dan juga kewajiban-kewajiban pelaku usaha sehingga dapat terjadi kenyamanan dalam berbelanja *online*.
2. Konsumen harus lebih berhati-hati lagi dalam berbelanja *online*, walaupun perlindungan konsumen atas transaksi elektronik telah dijamin dan diatur dalam Undang-Undang sebagaimana dijelaskan diatas, namun prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi haruslah dikedepankan agar dapat meminimalisir dampak kerugian yang mungkin timbul dikemudian hari. Dengan demikian, konsumen harus lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara *online* dan mengedepankan aspek keamanan transaksi sebagai pertimbangan utama selain hanya faktor kepercayaan (*trust*).
3. Pemerintah hendaknya lebih mempertegas peraturan perundang-undangan dalam transaksi *online*, membuat pengaturan secara terperinci

terhadap pihak-pihak dalam transaksi *online*.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ali Zainudin, 20013, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Garfika, Palu.

Mega Dian Erianti Renouw, 2017, *Perlindungan Hukum E-commerce*, Pramuka Grafika, Jakarta.

Subekti, 1996, *Pokok Pokok Hukum Perdata*, PT. Intermedia, Bogor.

Sugiono, 2010, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.

Susanto, Happy, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Yogyakarta.

Tri Celina Kristiyanti, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.

Waluyo, Bambang, 2002, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta.

Widjaya Gunawan dan Ahmad Yani, 2003 *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

B. Jurnal

Abdul Halim Barkatullah, 2007, "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di *Commerce*", *Jurnal Hukum* No. 2 Vol.14, April

Amila Desiania, Muhamad Amirullohb, Agus, 2018, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik", *Jurnal Hukum Kenotariatan dan ke-PPAT-an* Volume 2, Nomor 1, Desember, Bandung

Mujiyana, Ingge Elissa, 2013, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online", *J@TI Undip*, Fakultas ekonomi Universitas Gunadarma, Vol, VIII, No, 3 september.

Rifan Adi Nugraha dan Jamaluddin Mukhtar dan Hardika Fajar Ardianto. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Online, *Jurnal Serambi Hukum*", Vol. 08, No. 02, 12 Oktober.

C. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen