

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan perlindungan hukum adalah tempat berlindung, perbuatan (hal dan sebagainya) melindungi. Pemaknaan kata perlindungan secara kebahasaan tersebut memiliki kemiripan unsur-unsur, yaitu unsur tindakan melindungi, unsur cara-cara melindungi. Dengan demikian, kata melindungi dari pihak-pihak tertentu dengan menggunakan cara tertentu.²³

Perlindungan hukum merupakan penjaminan terhadap hak-hak asasi manusia yang telah dirugikan oleh pihak lain. Tujuannya adalah agar masyarakat dapat menikmati hak-hak mereka sesuai dengan ketentuan hukum, serta merasa aman secara mental dan fisik dari segala bentuk gangguan dan ancaman yang mungkin datang dari berbagai pihak. Ini mencakup segala upaya yang dilakukan oleh lembaga penegak hukum untuk memberikan keadilan dan perlindungan kepada individu atau masyarakat yang membutuhkan.²⁴

Perlindungan hukum merujuk pada upaya untuk memberikan perlindungan yang terbatas kepada individu atau kelompok melalui pengaturan hukum. Ini berkaitan dengan hak dan kewajiban yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam hubungannya dengan orang lain dan lingkungannya. Sebagai subyek hukum, manusia

²³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Edisi Kedua, Cetakan 1, Balai Pustaka, Jakarta, hlm. 595.

²⁴ Satjipto Raharjo, 2010, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 74.

memiliki hak dan kewajiban yang harus dipatuhi dalam setiap interaksi hukumnya.²⁵

Perlindungan hukum merujuk pada upaya untuk melindungi martabat dan hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan aturan hukum yang berlaku, sehingga mereka tidak terkena kerugian atau perlakuan sewenang-wenang. Dalam konteks konsumen, ini berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan agar tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak tersebut.²⁶

Sutiono menyatakan bahwa perlindungan hukum merupakan langkah atau usaha untuk melindungi masyarakat dari tindakan sewenang-wenang yang dilakukan oleh penguasa yang bertentangan dengan hukum, dengan tujuan menciptakan ketertiban dan kedamaian sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.²⁷

Menurut Muchsin, perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi individu dengan menyesuaikan hubungan nilai-nilai atau prinsip-prinsip yang terkandung dalam sikap dan tindakan untuk menciptakan ketertiban dalam interaksi sosial antar manusia.²⁸

2. Bentuk Perlindungan Hukum

Muchsin berpendapat bahwa Perlindungan Hukum adalah mekanisme yang melindungi subyek hukum melalui peraturan-peraturan yang ada dalam sistem hukum dan ditegakkan dengan sanksi. Perlindungan hukum dapat dibagi menjadi dua bagian, sebagai berikut:

²⁵ CST Kansil, 1980, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, hlm. 102.

²⁶ Phillipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, hlm. 25.

²⁷ Setiono, 2004, *Rule of Law (Supremasi Hukum)*, Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta, hlm. 3.

²⁸ Muchsin, 2013, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta, hlm. 14.

a. Perlindungan Hukum Preventif

Bentuk perlindungan yang diberikan oleh pemerintah untuk mencegah pelanggaran sebelum terjadi. Hal tersebut diatur dalam undang-undang dengan tujuan untuk mencegah pelanggaran dan menegakkan kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan Hukum Represif adalah bentuk perlindungan terakhir yang melibatkan sanksi seperti denda, penjara, atau hukuman lainnya yang diberlakukan setelah terjadinya sengketa atau pelanggaran.²⁹

Menurut Moh. Kusnardi dan Harmaily Ibrahim bentuk-bentuk perlindungan hukum meliputi:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Dalam perlindungan hukum preventif, subyek hukum diberikan kesempatan untuk menyampaikan keberatan atau pendapat sebelum suatu keputusan pemerintah menjadi final. Tujuannya adalah untuk mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif memiliki dampak yang signifikan terhadap tindakan pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak, karena hal ini mendorong pemerintah untuk bertindak dengan hati-hati dalam pengambilan keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia, belum ada regulasi khusus yang mengatur perlindungan hukum preventif secara rinci.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menangani penyelesaian sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk dalam kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah juga didasarkan

²⁹ *Ibid*, hlm. 20.

pada pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia.³⁰

Menurut Philipus M. Hadjon, terdapat dua jenis sarana perlindungan hukum:

a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Dalam Perlindungan Hukum Preventif, subjek hukum diberikan kesempatan untuk menyampaikan keberatan atau pendapat sebelum suatu keputusan pemerintah menjadi final. Tujuannya adalah untuk mencegah timbulnya sengketa. Perlindungan hukum preventif memiliki dampak yang signifikan bagi tindakan pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak, karena dengan adanya perlindungan hukum preventif ini, pemerintah terdorong untuk bertindak dengan hati-hati dalam pengambilan keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia, belum ada regulasi khusus yang mengatur perlindungan hukum preventif secara rinci.

b. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk dalam kategori ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bersandar pada konsep pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, yang sejarahnya berasal dari Barat dan ditujukan untuk mengatur keterbatasan-keterbatasan serta menetapkan kewajiban-kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua dalam perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Terkait dengan pengakuan dan perlindungan

³⁰ Moh. Kusnardi dan Harmaily Ibrahim *Hukum Tata Negara Indonesia*, 2008, Sinar Bakti, Jakarta hlm. 102.

terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan ini menjadi hal utama dan terkait dengan tujuan negara hukum.³¹

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah “konsumen” berasal dari penyesuaian bahasa dari kata “*consumer*” dalam bahasa Inggris-Amerika atau “*consument*” dalam bahasa Belanda. Interpretasi makna “*consumer*” atau “*consument*” tergantung pada konteks penggunaannya. Secara literal, konsumen merujuk kepada setiap individu yang menggunakan barang. Inosentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah, dan undangan.³² Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan bahwa “*konsumen adalah setiap pemakai dan/atau pengguna barang dan/atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.*”

Dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, yaitu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) “Pasal 1 Angka (2) mendefinisikan pengertian perlindungan konsumen sebagai berikut: *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.*”

Definisi konsumen menurut pendapat para ahli, sebagai berikut:

a. A.z Nasution

Menyatakan bahwa konsumen dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

³¹ Phillipus M. Hadjon, *Op.cit*, hlm. 30.

³² Inosentius Samsul, 2004, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, hlm. 34.

- 1) Individu yang menggunakan barang atau jasa dengan maksud untuk memperolehnya dengan tujuan untuk dijual kembali.
- 2) Individu yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya..³³

b. Dr. Munir Fuady

Konsumen adalah individu yang menggunakan produk secara langsung, merujuk pada setiap penggunaan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk tujuan perdagangan.³⁴

c. Janus Sidabalok

Konsumen adalah semua orang yang membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarga ataupun untuk memelihara atau merawat harta bendanya.³⁵

Dari beberapa definisi tersebut, konsumen dapat dibagi menjadi tiga kategori:

- a. Konsumen komersial (*comercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
- b. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali dengan tujuan mencari keuntungan.
- c. Konsumen akhir (*ultimate costumer/end usher*), adalah orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan

³³ Az. Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 19.

³⁴ Munir Fuady, 2008, *Pengantar Hukum Bisnis-Menata Bisnis Modern di Era Global*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 227.

³⁵ Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan ke-1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 17.

mahluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.³⁶

2. Hak Konsumen

Konsumen merujuk kepada individu atau entitas yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan pribadi atau bisnis. Mereka adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan produk atau layanan yang disediakan oleh produsen atau penyedia jasa. Berdasarkan ketentuan “Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), hak konsumen ialah sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.*
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.*
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.*
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.*
- e. Hak untuk mendapatkan 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 serta tidak 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.”*

Selanjutnya, ada 4 (empat) hak konsumen yang dikemukakan oleh Presiden John F. Kennedy sebagai berikut:

- a. Hak memperoleh keamanan

Aspek ini mengacu pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat membahayakan

³⁶ Az Nasution, 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, hlm. 3.

keselamatan mereka. Dalam hal ini, campur tangan dan tanggung jawab pemerintah untuk memastikan keselamatan dan keamanan konsumen sangatlah penting.

b. Hak memilih

Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan kembali membeli atau tidak membeli suatu barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya.

c. Hak mendapatkan informasi

Hak ini memiliki makna yang sangat penting bagi konsumen ketika dipertimbangkan dalam konteks kepentingan dan situasi ekonominya. Informasi tentang barang yang akan dibeli atau jasa yang akan digunakan harus disampaikan secara lengkap dan jujur sebelum konsumen membuat keputusan.

d. Hak untuk didengar

Hak ini bertujuan untuk memastikan bahwa kepentingan konsumen diakui dan diperhatikan dalam kebijakan pemerintah, termasuk dalam proses pembuatan kebijakan tersebut. Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk diakui setiap keluhan dan harapannya terkait dengan pembelian dan penggunaan barang atau jasa yang dipasarkan oleh produsen atau pelaku usaha.³⁷

Berdasarkan hak-hak konsumen yang sudah dijelaskan diatas, terlihat bahwa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan adalah aspek yang paling mendasar dan esensial dalam melindungi hak-hak konsumen. Dalam menghadapi beragam produk dan layanan yang

³⁷ Wahyu Sasongko, 2007, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Lampung, Bandar Lampung, hlm. 19.

ditawarkan oleh pelaku usaha, sangat penting untuk memastikan bahwa informasi mengenai barang yang disediakan benar, jelas dan akurat.

3. Kewajiban Konsumen

Berdasarkan ketentuan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), terdapat kewajiban konsumen yang harus diperhatikan agar mereka dapat terhindar dari kerugian yang mungkin timbul dalam bertransaksi di *e-commerce* sebagai berikut:

- a. Mengikuti instruksi dan petunjuk penggunaan barang dan/atau jasa untuk menjaga keamanan dan keselamatan.

Kelalaian dalam mematuhi kewajiban ini dapat membawa risiko bagi konsumen terhadap potensi penuntutan hak-haknya. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi yang diberikan oleh pelaku usaha terkait penggunaan barang atau jasa sangat penting untuk menjaga keamanan dan keselamatan. Selain itu, Kewajiban konsumen untuk membayar sesuai dengan kesepakatan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha merupakan hal yang biasa dan dapat dimengerti. Namun, kewajiban lainnya, seperti kewajiban untuk mengikuti proses hukum dalam sengketa perlindungan konsumen, memerlukan penjelasan lebih lanjut.

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

Kewajiban konsumen untuk bertindak dengan itikad baik terbatas pada saat bertransaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini terjadi karena konsumen menyadari bahwa kemungkinan produsen bermula pada saat mereka melakukan transaksi dengan produsen. Sebaliknya, risiko kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).

- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati
Konsumen juga berkewajiban untuk melakukan pembayaran sesuai dengan nilai tukar yang telah disetujui bersama dengan pelaku usaha. Hal ini merupakan praktik umum dan sudah seharusnya dalam transaksi jual beli barang dan/atau jasa.
- d. Mematuhi prosedur penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara tepat.

Kewajiban ini bertujuan untuk mengimbangi hak konsumen dalam mendapatkan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang adil. Hak ini dapat lebih mudah diakses oleh konsumen jika mereka ikut serta dalam upaya penyelesaian sengketa dengan cara yang patut. Namun, kewajiban konsumen ini tidak akan sepenuhnya terpenuhi tanpa adanya kewajiban yang sama dari pihak pelaku usaha.

4. Pengertian Perlindungan Konsumen

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) bahwa *perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen*”. Menurut Az. Nasution perlindungan konsumen ialah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan antara penjual dan pembeli dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.³⁸

Hukum perlindungan konsumen saat ini mendapat perhatian yang besar karena melibatkan regulasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perlindungan tidak hanya berlaku bagi konsumen, tetapi juga bagi pelaku usaha, yang masing-masing memiliki hak dan kewajiban. Pemerintah memiliki peran penting dalam mengawasi dan

³⁸ Az. Nasution, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, hlm. 22.

mengatur agar tercipta sistem yang seimbang, sehingga tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh dapat terwujud.³⁹

Tujuan perlindungan konsumen dapat dilihat melalui berbagai aspek, termasuk aspek subyek, obyek, dan transaksi yang terjadi antara konsumen, pelaku usaha dan pihak-pihak lainnya. Tujuan ini juga dapat dinilai dari pencapaian bertahap dan berkelanjutan. Dengan demikian, perlindungan konsumen mencakup semua kepentingan dan lapisan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang telah diberlakukan menegaskan eksistensi hukum perlindungan konsumen dalam hukum nasional sudah menjadi hal yang pasti. Karena konsumen dianggap sebagai subyek dalam aktivitas perekonomian, status hukum perlindungan konsumen dianggap sebagai cabang hukum yang berbeda dalam kerangka hukum ekonomi. Oleh karena itu, perilaku konsumen menjadi subyek tidak hanya bagi ilmu ekonomi, tetapi juga bagi ilmu hukum.⁴⁰

Selain itu, tujuan perlindungan konsumen mencakup perbuatan dan pelaksanaan sistem perlindungan konsumen. Tujuan hukum perlindungan konsumen adalah untuk:

- a. Memperluas pemahaman, keterampilan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan kemampuan konsumen dalam memilih, menegakkan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Membangun sistem perlindungan konsumen yang menawarkan kepastian hukum, transparansi informasi dan aksesibilitas informasi yang mudah.

³⁹ Wahyu Sasongko, *Op.cit*, hlm. 19.

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 29.

- e. Memperkuar kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen, mendorong mereka untuk bertindak secara jujur dan bertanggung jawab dalam berbisnis.
- f. Meningkatkan standar kualitas barang atau jasa untuk menjaga kelangsungan usaha produksi, serta untuk memastikan kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.⁴¹

5. Asas Perlindungan Konsumen

Menurut Satjipto Rahardjo, asas hukum melibatkan tuntutan etika yang menghubungkan antara peraturan hukum, aspirasi sosial, dan nilai-nilai etis yang berlaku dalam masyarakat.⁴² Menurut Paul Scholten asas hukum ialah kecenderungan yang memberikan suatu penilaian susila atau memberikan penilaian yang berdasarkan prinsip-prinsip etika terhadap hukum.⁴³ Sedangkan menurut Van Eikema Hommes asas hukum bukanlah norma hukum yang konkrit, tetapi merupakan prinsip umum atau panduan bagi hukum yang berlaku.⁴⁴

C. Tinjauan Umum Tentang Hak Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Berdasarkan ketentuan “Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjelaskan bahwasannya *Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia,*

⁴¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2015, Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 25.

⁴² Wahyu Sasongko, *Op.cit*, hlm.37.

⁴³ J.J.H. Bruggin, 1999, (*Alih Bahasa Oleh B.Arief Sidharta*) *Refleksi Tentang Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 119.

⁴⁴ Sudikno Mertokusumo, 2007, *Penemuan Hukum; Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, hlm. 5.

baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Dari penjelasan diatas, terlihat bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berusaha untuk memberikan definisi yang komperhensif tentang pelaku usaha. Definisi tersebut tidak hanya mencangkup produsen, tetapi juga melibatkan distributor dan jaringan lainnya.

Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) menyatakan bahwa ada 4 (empat) kelompok utama dalam kalangan pelaku ekonomi, di mana tiga di antaranya termasuk dalam kategori pengusaha, baik yang bersifat privat maupun publik. Keempat kelompok tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

a. Kalangan investor

Pelaku usaha yang menyediakan dana untuk mendukung berbagai kegiatan bisnis, seperti perbankan, perusahaan leasing tengkulak, serta pemberi pinjaman lainnya.

b. Produsen

Pelaku usaha yang terlibat dalam pembuatan atau produksi barang atau jasa menggunakan bahan-bahan atau jasa-jasa lainnya, seperti bahan baku, bahan tambahan, atau bahan lainnya. Mereka bisa berupa individu atau badan usaha yang terlibat dalam produksi pakaian, pembangunan perumahan, layanan angkutan atau asuransi, sektor perbankan, produksi obat-obatan, narkotika, dan sejenisnya.

c. Distributor

Pelaku usaha yang melakukan distribusi atau perdagangan barang atau jasa kepada masyarakat melalui berbagai saluran seperti pengecer, pedagang kaki lima, toko kelontong, toko swalayan, hypermarket, fasilitas kesehatan, praktik dokter, firma hukum, dan sejenisnya.

2. Hak Pelaku Usaha

Ketentuan “Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), diatur mengenai hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha. Terdapat empat hak yang dimiliki kepada pelaku usaha, yaitu:

- a. *Hak untuk menerima pembayaran yang 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 diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;*
- d. *Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;*
- e. *Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.”*

3. Kewajiban Pelaku Usaha

Seperti konsumen, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang diatur dalam ketentuan “Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berikut adalah kewajiban-kewajiban tersebut:

- a. *Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;*
- b. *memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;*
- c. *memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;*
- d. *menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;*
- e. *memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;*
- f. *memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;*
- g. *memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak*

sesuai dengan perjanjian.”

4. Larangan Bagi Pelaku Usaha

Ketentuan “Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur larangan-larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha. Berikut adalah beberapa larangan yang diatur dalam UUPK:

a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang/atau jasa yang:

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.*
- 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.*
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.*
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.*
- 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.*
- 6) Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.*
- 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.*
- 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.*
- 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat.*
- 10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.*

- b. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- c. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- d. Pelaku usaha melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.”

D. Tinjauan Umum Tentang *E-commerce*

1. Pengertian *E-commerce*

E-commerce adalah bahasa yang umum digunakan saat ini dalam era digital. Kehadiran *internet* telah mengubah cara kita beraktivitas, menggantikan interaksi fisik dengan pengalaman digital dan virtual. Dalam konteks bisnis, ini memungkinkan kita untuk berinteraksi dan berbisnis melalui *handphone*, mencerminkan perubahan yang signifikan. *E-commerce* merujuk pada kegiatan bisnis dan perdagangan yang dilakukan melalui *platform* digital atau elektronik.

Beberapa ahli mendefinisikan *e-commerce* sebagai berikut:

a. Mariza Arfina dan Robert Marpaung

E-commerce ialah suatu cara berbelanja atau berdagang dengan cara *online* yang memanfaatkan fasilitas *internet* di mana terdapat *website* yang menyediakan layanan “*get and deliver*”.⁴⁵

b. Onno W. Pubro dan Aang Wahyudi

Dalam kutipan dari David Beum, *e-commerce* adalah suatu rangkaian teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas khusus melalui transaksi elektronik. *E-commerce* juga mencakup perdagangan barang, layanan, dan informasi yang dilakukan secara digital.⁴⁶

⁴⁵ Sunarto dan Andi, *Seluk Beluk E-commerce Panduan Bagi Pemula Untuk Menjual Produknya Melalui Internet*, 2009, Garailmu, Jogjakarta, hlm. 27.

⁴⁶ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, 2001, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 2.

c. Jony Wong

E-commerce merujuk pada aktivitas jual beli dan pemasaran barang serta jasa melalui media elektronik seperti radio, tv, serta jaringan komputer atau internet.⁴⁷

d. Yahya Ahmad Zein

E-commerce, atau transaksi elektronik, adalah kegiatan hukum yang terjadi dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya.⁴⁸

2. Karakteristik *E-commerce*

Berdasarkan definisi-definisi yang diberikan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki ciri-khas, yaitu:

- a. Adanya transaksi antara kedua belah pihak
- b. Ada pertukaran barang, jasa dan informasi
- c. Internet menjadi sarana utama dalam proses perdagangan tersebut.⁴⁹

Nurfansa Wira Sakti menyebutkan beberapa ciri-khas *e-commerce* ialah:

- a. Transaksi tanpa batas geografis.
- b. Transaksi tanpa identitas yang jelas.
- c. Produk digital dan fisik.
- d. Produk barang tak berwujud.⁵⁰

⁴⁷ Jony Wong, 2010, *Pemasaran Digital for Beginners*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 33.

⁴⁸ Yahya Ahmad Zein, 2009, *Kontrak Elektronik dan Penyelesaian Sengketa Bisnis E-commerce*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 25.

⁴⁹ Wahyu Hanggoro, 2008, *Kontrak Perdagangan Melalui Internet (Electronic Commerce) Ditinjau Dari Hukum Perjanjian*, Skripsi pada Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Surakarta, hlm. 22.

⁵⁰ Ahmad Musadad, 2021, *Hukum Perikatan (Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam)*, CV. Literasi Nusantara Abadi, Malang, hlm. 256.

3. Klasifikasi *E-commerce*

Di Indonesia, pelaku bisnis *e-commerce* melibatkan diri dalam berbagai karakteristik dan jenis *e-commerce*. Berikut adalah jenis-jenis tersebut yang dilakukan oleh para pelaku bisnis *e-commerce* di Indonesia.⁵¹

a. *Classifieds/listing*/iklan baris

Negara berkembang biasanya menggunakan model bisnis *e-commerce* seperti ini. Terdapat 2 (dua) kriteria pada model bisnis ini sebagai berikut:

- 1) *Website* yang bersangkutan tidak memfasilitasi kegiatan transaksi *online*.
- 2) Penjual individual dapat menjual barang kapan saja, di mana saja secara gratis

OLX dan forum jual beli Kaskus merupakan situs iklan baris terkenal di Indonesia. Keunikan dari kedua situs ini adalah mereka tidak mewajibkan penjual untuk menggunakan fasilitas rekening bersama atau *escrow*. Karena itu, penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi secara langsung. Metode transaksi yang paling umum digunakan adalah *Cash On Delivery* (COD). Situs-situs iklan baris seperti ini sangat sesuai bagi penjual yang hanya ingin menjual barang sesekali, misalnya barang bekas atau barang dengan stok terbatas.

b. *Marketplace C2C (Costumer to Costumer)*

Sebuah model bisnis di mana situs *web* tidak hanya mengiklankan produk, tetapi juga memungkinkan transaksi uang secara *online*. Berikut adalah indikator utama dari sebuah *platform marketplace*:

- 1) Seluruh transaksi *online* harus difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan.

⁵¹ *Ibid.* hlm. 304.

2) Bisa digunakan oleh penjual individual.

Bisnis *e-commerce* jenis *marketplace* harus melibatkan pihak ketiga atau *escrow* untuk memastikan keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima pembayaran setelah barang diterima oleh pembeli, dengan uang disimpan di rekening pihak ketiga hingga barang sampai. Jika transaksi gagal, uang akan dikembalikan kepada pembeli. Situs-situs *marketplace* yang populer di Indonesia meliputi Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada.

c. *Shopping Mall*

Model *e-commerce* ini mirip sekali dengan *marketplace*, namun yang bisa berjualan di sana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat. Contoh situs *online shopping mall* yang beroperasi di Indonesia adalah Blibli.com.

d. Toko *online B2C (Business to Consumer)*

Bisnis ini memiliki pendekatan yang sederhana, yaitu melalui toko *online* dengan domain sendiri, di mana penjual menjual produk dari stok mereka kepada pembeli secara *online*. Contoh toko *online* di Indonesia termasuk Bhinneka, BerryBenka, Blina dan Tiket.com. Model ini sesuai untuk orang yang serius berjualan *online* dan bersedia mengelola situs mereka sendiri dengan mengalokasikan sumber daya yang dibutuhkan.

e. Toko *online* di media sosial

Banyak pedagang di Indonesia memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk mempromosikan produk mereka. Menariknya, ada *platform* lokal seperti Onigi.com dan LakuBgt.com yang membantu pedagang berjualan di Facebook. Selain itu startup seperti Shopious mengumpulkan penjual Instagram ke dalam satu situs *web*. Membuat toko *online* di Facebook atau Instagram sangat

mudah, sederhana dan gratis. Bahkan beberapa pedagang juga menggunakan BBM sebagai saluran untuk jual beli barang.

4. Platform E-commerce (Shopee)

Shopee, sebuah *platform* belanja *online*, memasuki pasar Indonesia pada tahun 2015, tepatnya pada akhir bulan Juni. Shopee, yang meupakan bagian dari grup perusahaan Garena yang berbasis di Singapura, memiliki sejumlah keunggulan termasuk beragamnya kategori produk, responsifnya situs web, tampilan yang sederhana namun menarik, ketersediaan deskripsi produk yang lengkap, fitur chat untuk negoisasi harga, serta gratis ongkos kirim. Keberhasilan Shopee sebagai *marketplace online* ini terletak pada strategi promosi yang efektif dalam waktu singkat, yang menghasilkan jumlah pengguna yang tidak kalah dengan pesaingnya. Berikut ini adalah prosedur penggunaan aplikasi Shopee.⁵²

a. Langkah Pendaftaran

- 1) Buka situs website Shopee atau gunakan aplikasi yang sudah diunduh dan diinstal di ponsel.
- 2) Setelah masuk ke situs web atau aplikasi Shopee, di halaman “saya”, pilih opsi “Daftar”.
- 3) Masukkan nomor ponsel yang akan digunakan dan tunggu pesan verifikasi (OTP) yang dikirimkan melalui SMS, lalu klik “Lanjut”.
- 4) Setelah verifikasi selesai, Anda akan diarahkan ke halaman utama untuk mengatur nama pengguna dan melengkapi informasi pribadi seperti alamat, jenis kelamin, dan sebagainya.

⁵² Hana Novita Ekawati dan Johan, 2021, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pelaksanaan Kontrak Elektronik*, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Gunung Rinjani (JURIDICA), Vol. 3, No. 1, November 2021, available from: <https://juridica.ugr.ac.id/index.php/Juricia/article/view/194>, diakses pada tanggal 14 Januari 2024.

b. Proses Transaksi Jual Beli di Shopee

Dengan akun Shopee yang telah dibuat saat pendaftaran, anda dapat melakukan transaksi di Shopee dengan mengikuti langkah-langkah berikut:

- 1) Langkah pertama adalah login ke situs web atau aplikasi Shopee menggunakan akun yang sudah dibuat. Setelah login akan diarahkan ke halaman utama Shopee.
- 2) Selanjutnya, untuk mencari barang yang ingin dibeli, gunakan fitur pencarian dengan mengetikkan jenis barang di kolom pencarian yang tersedia.
- 3) Setelah menemukan barang yang diinginkan, akan ditampilkan foto produk beserta deskripsi lengkapnya, termasuk harga, jenis, ukuran dan lainnya. Jika sesuai, klik ikon keranjang pada halaman produk.
- 4) Saat berada di halaman *checkout*, pastikan alamat pengiriman telah terisi dengan benar dan lengkap. Untuk mengurangi total biaya pembelian, dapat menggunakan koin Shopee atau memanfaatkan voucher gratis ongkos kirim yang tersedia.
- 5) Untuk pembayaran, Shopee memiliki beberapa opsi termasuk transfer bank, pembayaran melalui Alfamart, *ShopeePay* atau menggunakan metode pembayaran langsung (*Cash On Delivery*)
- 6) Selanjutnya, pilih layanan ekspedisi yang diinginkan untuk pengiriman barang, lalu klik tombol *checkout*.

c. Proses Pengembalian Barang di Shopee

Setelah melakukan pembelian di Shopee, jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum pada gambar produk, pembeli dapat mengajukan pengembalian barang. Berikut langkah-langkahnya:

- 1) Pastikan untuk memeriksa barang pesanan sebelum mengonfirmasi penerimaan, jika pembeli telah mengonfirmasi penerimaan maka pembeli tidak akan dapat mengajukan pengembalian barang.
 - 2) Setelah masuk ke halaman utama Shopee, klik ikon “Saya” yang terletak di pojok kanan bawah, lalu pilih opsi “Pesanan Saya”.
 - 3) Pilih menu “Dikirim” di halaman Pesanan Saya. Pembeli akan diarahkan ke halaman rincian pesanan. Selanjutnya, klik opsi “Ajukan pengembalian” di bawah halaman dan pilih produk yang ingin dikembalikan kepada penjual.
 - 4) Sebelum mengirimkan permintaan, berikan alasan pengembalian, seperti tidak menerima pesanan, pesanan tidak lengkap atau barang tidak sesuai dengan foto dan deskripsi.
 - 5) Setelah memilih alasan, pembeli akan diminta untuk mengunggah foto produk saat diterima sebagai bukti. Pembeli juga dapat menambahkan informasi tambahan di kolom keterangan. Jangan lupa untuk mencantumkan alamat *e-mail*. Terakhir, klik tombol “Kirimkan”.
- d. Pengembalian Dana di Shopee

Setelah proses pengembalian atau retur barang, jika disetujui penjual, maka penjual akan mengembalikan dana yang telah dibayarkan untuk barang tersebut. Proses pengembalian dana dilakukan oleh penjual dan dapat dikirimkan langsung ke rekening bank pembeli atau akun *ShopeePay* pembeli dengan menggunakan nomor ponsel yang pembeli gunakan saat mendaftar di aplikasi Shopee.

e. Upaya Shopee dalam Melindungi Konsumen

Dalam penanganan masalah wanprestasi, tanggung jawab Shopee tercermin dalam panduan yang disediakan oleh Shopee. Beberapa implementasi tanggung jawab ini antara lain:

- 1) Shopee menyediakan layanan pelaporan bagi konsumen yang menerima produk yang tidak sesuai dengan deskripsi. Pelaporan dapat dilakukan melalui fitur “Chat Shopee Sekarang” atau melalui *e-mail* ke alamat help@support.shopee.co.id.
- 2) Shopee bertanggung jawab atas setiap transaksi jual-beli dengan menyediakan garansi Shopee yang berlaku selama 3 hari setelah produk diterima oleh konsumen. Dalam hal ini, Shopee akan menahan pembayaran sampai konfirmasi diterimanya barang dalam kondisi baik dari konsumen.
- 3) Shopee memberikan layanan pengembalian barang dengan menggunakan jasa pengiriman J&T *Express*, di mana pembeli tidak perlu membayar biaya pengiriman.
- 4) Dalam layanan Shopee Mall, Shopee akan melakukan verifikasi terhadap barang yang dikembalikan oleh konsumen. Setelah barang diterima oleh Shopee dan disetujui, pengembalian dana akan dilakukan dalam waktu maksimal 3 hari kerja.

E. Tinjauan Umum Mengenai Jual Beli *Online* (E-commerce)

1. Pengertian Jual Beli

Berdasarkan Hukum Perdata (KUHPerdata), aktivitas jual-beli termasuk dalam ranah Buku III yang mengatur tentang Perikatan. Dalam kerangka Buku III tersebut, perikatan adalah suatu hubungan hukum terkait kekayaan benda antara dua individu di mana satu pihak memberikan hak kepada yang lain untuk menuntut suatu barang tertentu, dan pihak kedua diwajibkan untuk memenuhi tuntutan tersebut. Terkait

dengan sumber-sumber perikatan, undang-undang menjelaskan bahwa suatu perikatan dapat timbul baik melalui kesepakatan (perjanjian) maupun berdasarkan ketentuan undang-undang. Perikatan yang berasal dari undang-undang dapat dibedakan menjadi perikatan yang timbul semata dari undang-undang dan perikatan yang timbul dari undang-undang akibat suatu tindakan belakangan. Perikatan dari tindakan belakangan ini dapat diklasifikasikan sebagai perikatan yang berasal dari tindakan yang diperbolehkan dan yang timbul dari tindakan yang bertentangan dengan hukum.⁵³

Didalam ketentuan “Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), menyebutkan bahwa *perjanjian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu*”. Barang yang menjadi objek perjanjian jual-beli harus memiliki kejelasan yang cukup, setidaknya dapat diidentifikasi dalam bentuk jumlah pada saat hak miliknya akan diserahkan kepada pembeli. Sesuai dengan ketentuan Pasal 1460 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), jika barang yang dijual telah spesifik, maka sejak pembelian, tanggung jawab pembeli sudah dimulai, meskipun penyerahan barang belum dilakukan. Penjual juga berhak untuk menuntut pembayaran harga sesuai dengan ketentuan hukum.⁵⁴

2. Syarat Jual-Beli

“Syarat sah nya suatu perjanjian diatu didalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pada Pasal 1320, yang meliputi:

- a. *Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;*
- b. *Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;*
- c. *Suatu pokok persoalan tertentu;*

⁵³ Subekti, 2003, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta, hlm. 123.

⁵⁴ Salim, 2008, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 49.

d. *Suatu sebab yang tidak dilarang.*”

Dengan adanya kesepakatan atau yang juga disebut sebagai perizinan, merujuk pada keharusan bahwa pihak-pihak yang berpartisipasi dalam perjanjian harus memiliki kesepakatan atau persetujuan pandangan tentang pokok perjanjian yang dilakukan. Seseorang yang terlibat dalam perjanjian harus memiliki kapabilitas hukum. Prinsipnya, setiap individu yang telah mencapai usia dewasa atau akil baligh, serga kesehatan pikiran, dianggap memiliki kapabilitas hukum.⁵⁵

Sebagai syarat ketiga, dinyatakan bahwa suatu perjanjian harus mencakup suatu hal tertentu, yang berarti isi dari perjanjian tersebut harus menetapkan hak dan kewajiban kedua belah pihak jika terjadi perselisihan. Barang atau hal yang dibicarakan dalam perjanjian setidaknya harus memiliki spesifikasi jenisnya. Terakhir, dalam ketentuan “Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), dijelaskan bahwa sebagai syarat keempat untuk sahnya suatu perjanjian adalah adanya sebab yang halal”. Pengertian sebab (dalam bahasa Belanda disebut *oorzaak*, dalam bahasa Latin disebut *causa*) ini merujuk pada isi perjanjian itu sendiri. Hukum pada dasarnya tidak memperhatikan ide atau keinginan seseorang yang dianggap oleh hukum atau undang-undang adalah tindakan individu dalam masyarakat. Oleh karena itu, sebab atau *causa* dalam suatu perjanjian adalah esensi dari perjanjian itu sendiri, seperti dalam perjanjian jual-beli di mana isi perjanjian adalah keinginan salah satu pihak untuk mendapatkan uang.⁵⁶

⁵⁵ Subekti, *Op.cit*, hlm. 17.

⁵⁶ *Ibid*, hlm. 19.

3. Pengertian Jual-Beli *Online*

Bisnis yang memanfaatkan teknologi Internet kerap disebut sebagai bisnis *online* dan saat ini, dalam konteks bahasa Indonesia, disebut sebagai “Jual Beli *Online*”. Proses jual-beli secara *online* mewakili suatu model perniagaan yang serupa dengan jual-beli konvensional, hanya saja perbedaannya terletak pada pelaksanaan transaksi secara elektronik melalui platform internet, tanpa melakukan pertemuan fisik antara pelaku transaksi.⁵⁷

Dalam proses jual-beli *online*, seorang penjual menyajikan tawaran untuk menjual suatu barang melalui media elektronik, yaitu internet. Tawaran ini dipublikasikan melalui situs *web*, entah itu situs yang dikelolanya sendiri untuk berdagang atau disertakan dalam situs lain. Pembeli memiliki kebebasan untuk memilih transaksi yang sesuai dengan kebutuhannya saat menjelajah situs *web*. Mirip dengan pengalaman berbelanja konvensional, pembeli menelusuri berbagai etalase yang ditampilkan oleh setiap toko dalam internet. Jika menemukan produk yang diinginkan, pembeli dapat melakukan transaksi dengan penjual yang menawarkan barang tersebut di situs *web*, mirip dengan interaksi pembeli dan penjual dalam toko konvensional.⁵⁸

F. Tinjauan Umum Mengenai COD (*Cash On Delivery*)

1. Pengertian COD (*Cash On Delivery*)

Cash On Delivery atau biasa disebut COD dapat diartikan sebagai metode pembayaran di mana pembeli melakukan pembayaran secara tunai kepada penjual setelah barang yang dibeli secara *online* tiba di tangan pembeli. Layanan ini disediakan oleh penjual *online* dan memungkinkan konsumen untuk membayar ketika pesanan telah diterima di alamat yang telah ditentukan. Penting untuk mencatat bahwa dalam menerapkan sistem *Cash On Delivery*, penting bagi pembeli

⁵⁷ Budi Riswadi Agus, 2013, *Hukum dan Internet di Indonesia*, UII Press, Yogyakarta, hlm. 29.

⁵⁸ *Ibid*, hlm. 54.

untuk berada di rumah atau di alamat yang telah ditentukan pada jadwal pengiriman barang.

Walaupun pembelian dilakukan secara daring, metode pembayaran tetap dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, sistem *Cash On Delivery* dapat dianggap sebagai proses yang mengurangi tingkat kenyamanan, yang seharusnya menjadi prioritas utama dalam transaksi bisnis *online*. Sistem ini masih sering dipilih oleh individu yang ingin melihat barang atau produk secara langsung sebelum memutuskan untuk melakukan pembayaran.⁵⁹

Selain itu, Menurut *Platform E-commerce* (Shopee) bahwa *Cash On Delivery* (COD) adalah metode pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli. Metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) berlaku tanpa minimal pembelian dan maksimum pembelian Rp. 5.000.000,- (Lima juta rupiah) per pesanan.⁶⁰ Menurut *Platform E-commerce* Lazada *Cash On Delivery* (COD) atau bayar ditempat adalah metode pembayaran yang dilakukan secara langsung dan tunai di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli.⁶¹ Sedangkan menurut *Platform E-commerce* Tokopedia, *Cash On Delivery* (COD) adalah fitur pada situs/aplikasi yang membuat proses pembelian menjadi lebih mudah bagi konsumen untuk melakukan pembayaran secara tunai melalui mitra kurir.⁶²

⁵⁹ Mohammad Aldin Akbar dan Sitti Nur Alam, *E-commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*, 2020, Yayasan Kita Menulis, Yogyakarta, hlm. 59.

⁶⁰ Shopee.co.id. 2024, *Seller Education Hub*, available from: [https://seller.shopee.co.id/edu/Article/3360#:~:text=COD%20\(Bayar%20di%20Tempat\)%20adalahpembelian%20Rp5.000.000%20per%20pesanan](https://seller.shopee.co.id/edu/Article/3360#:~:text=COD%20(Bayar%20di%20Tempat)%20adalahpembelian%20Rp5.000.000%20per%20pesanan), diakses pada tanggal 13 Januari 2024.

⁶¹ Lazada.co.id. 2024, *Pusat Bantuan/Pembayaran*, available from: [https://www.lazada.co.id/Helpcenter/cod-cash-on-delivery-bayar-di-tempat5674.html#:~:text=COD%20\(Cash%20On%20Delivery\)%20atau,dari%20kurir%20diterima%20oleh%20pembeli.&text=8](https://www.lazada.co.id/Helpcenter/cod-cash-on-delivery-bayar-di-tempat5674.html#:~:text=COD%20(Cash%20On%20Delivery)%20atau,dari%20kurir%20diterima%20oleh%20pembeli.&text=8), diakses pada tanggal 13 Januari 2024.

⁶² Tokopedia Care, 2020, *Syarat dan Ketentuan Bayar Di Tempat*, available from: [https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-bayar-di-tempat#:~:text=Fitur%20COD%20\(Bayar%20Di%20Tempat\)%20hanya%20bisa%20digunakan%20untuk%20Mitra,keranjang%20telah%20mengaktifkan%20fitur%20tersebut](https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-bayar-di-tempat#:~:text=Fitur%20COD%20(Bayar%20Di%20Tempat)%20hanya%20bisa%20digunakan%20untuk%20Mitra,keranjang%20telah%20mengaktifkan%20fitur%20tersebut), diakses pada tanggal 13 Januari 2024.

2. Kelebihan *Cash On Delivery* (COD)

Kelebihan dari *Cash On Delivery* (COD) ialah:

- a. Pelayanan COD dapat memberikan kemudahan bagi konsumen saat hendak membeli barang atau produk yang diinginkan. Umumnya, layanan ini hanya tersedia untuk wilayah yang sama, menghindarkan pembeli atau konsumen dari upaya mencari barang di luar kota.
- b. Sebagai pembeli, kita memiliki kesempatan untuk mengevaluasi kondisi barang atau produk yang akan kita beli sebelum melakukan pembayaran. Selain itu, kita berhak untuk mengembalikan barang jika ternyata barang tersebut tidak sesuai dengan pesanan yang telah dibuat.
- c. Bagi penjual, proses menerima pembayaran akan menjadi lebih mudah dan cepat melalui layanan ini.⁶³

3. Kekurangan *Cash On Delivery* (COD)

Selain kelebihan, metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) juga memiliki kekurangan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Wilayah pengiriman terbatas, umumnya terbatas hanya pada beberapa kota.
- b. Kehati-hatian ekstra diperlukan baik oleh pembeli maupun penjual, karena ada kemungkinan tinggi terjadi penipuan.
- c. Terdapat risiko pemalsuan baik dari pihak penjual maupun pembeli, serta potensi pengembalian barang jika pembeli menolak menerima dan tidak membayar kepada penjual.⁶⁴

⁶³ *Ibid*, hlm. 61.

⁶⁴ *Ibid*, hlm. 62.