

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada Pasal 1 ayat (3) yang berbunyi “Negara Indonesia adalah Negara Hukum“ yang berarti setiap perbuatan seseorang harus berlandaskan pada hukum.¹ kemudian secara etimologi, perlindungan hukum berasal dari bahasa Belanda yaitu *theorie van de wettelijke bescherming*. perlindungan hukum mengatakan bahwa arti hukum itu melindungi sesuatu dan sesuatu yang dilindungi oleh hukum adalah kepentingan manusia, sebab dari itu hukum memang dibuat oleh dan untuk manusia atau masyarakat. Perlindungan hukum sangat erat dengan kaitannya fungsi dan tujuan hukum. Menurut pendapat pakar para ahli hukum telah sepakat mengatakan bahwa fungsi hukum adalah untuk perlindungan kepentingan manusia sedangkan tujuan perlindungan hukum adalah untuk memberikan rasa aman, kepastian, dan keadilan bagi masyarakat.²

Pada zaman kecanggihan teknologi sekarang perkembangan teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli *online* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi pada masa ini. didalam Undang-Undang No.1 Tahun 2024 atas perubahan kedua

¹ I Putu Erick Sanjaya Putra, dkk, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce*“, Jurnal Analogi Hukum , Volume 01 Nomor 02, 2019, Fakultas Hukum Universitas Warmadewa, Bali, hlm 239.

² Hulman Panjaitan , “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, Jala Permata Aksara, Jakarta, 2021, hlm 48-49.

Undang-Undang No.11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut dengan UU ITE dan mengartikan bahwa Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi. Selanjutnya, kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung dengan tatap muka, sekarang berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui transaksi *online*. Transaksi ini Semakin banyak mendapatkan perhatian dari para peminat jual beli *online* seiring dengan perkembangan teknologi yang memudahkan proses jual beli tersebut. Selain di karenakan oleh kebutuhan masyarakat dalam pelayanan yang cepat dan mudah serta praktis maka, masyarakat memiliki ruang gerak yang sangat luas dalam memilih barang produk.³

Pada saat ini dunia sedang menghadapi suatu era dimana terjadi perubahan secara besar-besaran yang berlangsung secara cepat dalam berbagai sector. Era tersebut dikenal dengan nama era disrupsi. Salah satu sector yang mengalami dampak dari era disrupsi ialah pendidikan dan teknologi. Era disrupsi memberikan perubahan dan perkembangan, dari teknologi lama yang lebih banyak menggunakan fisik yang kemudian beralih pada teknologi dengan berbasis digital. Penggunaan teknologi digital memberikan kemudahan dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan, tugas maupun kegiatan, yang mana hal-hal tersebut dapat dilakukan dan diselesaikan secara efisien dan efektif salah satu contohnya transaksi *online*.

³ Aan Handriani, “*Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online*“, Jurnal Of law, Volume 03 Nomor 02, November 2020, Fakultas Hukum Universitas Pamulang, Pamulang, hlm 128.

Transaksi *online* dapat cepat berkembang di masyarakat sebab dampak dari adanya perkembangan-perkembangan Teknologi serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.⁴

Terdapat 2 macam dalam jual beli yaitu jual beli secara *offline* dan jual beli secara *online*, jual beli secara *online* merupakan sebuah perjanjian antara pembeli dan penjual melalui media elektronik yang disebut dengan internet. Contoh dari jual beli secara *online* ialah dengan melalui internet atau *smartphone* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Tiktok shop, bukalapak.com, dan lainnya.⁵ Sedangkan, Jual beli secara *offline* merupakan sebuah pertemuan antara *produsen* dengan konsumen yang mana jual beli *offline* ini kedua belah pihak saling bertemu disuatu tempat secara langsung atau tatap muka hingga akhirnya terwujud proses transaksi jual beli. Pada dasarnya, transaksi semacam ini sudah sering dilakukan sejak zaman dahulu contohnya Jual beli dipasar, jual beli di mall, jual beli di supermarket, jual beli di warung atau toko-toko kecil.⁶ didalam jual beli yang menjadi perbedaan diantara kedua jual beli ini adalah pada transaksi pembelian dan pembayarannya yang mana pada jual beli *online* calon pembeli bisa menggunakan berbagai transaksi dalam *smartphone* atau bisa melalui banyak jenis pembayaran seperti COD, transfer, atau transaksi lain yang mana tergantung dalam perjanjian tersebut. Sedangkan Jual beli *offline* calon

⁴ Muhammad Ali Alladunia, dkk, "Reorientasi Arah Kebijakan Pendidikan Tinggi Hukum di era Disrupsi", Prosiding Seminar Nasional Diesnatalis UMK Ke-42 Pendidikan Tinggi berdaya saing untuk peningkatan Mutu, Juni 2022, Fakultas Hukum Universitas Muria Kudus, Kudus, hlm 138.

⁵ Tim kemenkopukm, "Perbedaan Jual Beli Online atau Offline", <https://smesta.kemenkopukm.go.id/news/cari-tau-yuk-perbedaan-jualan-di-online-atau-offline>, Tanggal Akses 28 Januari 2024.

⁶ Farhan Agassi, "Mengenal pengertian penjualan Offline", <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/mengenal-penjualan-offline/>, tanggal Akses 28 Januari 2024.

pembeli dapat membayar secara langsung barang atau produk yang ingin dibelinya dan barang yang telah dipilih serta dibayar secara langsung untuk dapat dibawa pulang pada saat itu pula.

Sedangkan, Jual beli secara *offline* merupakan sebuah pertemuan antara *produsen* dengan konsumen yang mana jual beli *offline* ini kedua belah pihak saling bertemu disuatu tempat secara langsung atau tatap muka hingga akhirnya terwujud proses transaksi jual beli. Produk fashion menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Selanjutnya, fashion tidak hanya menyangkut soal busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti kalung dan gelang, akan tetapi banyak sekali benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain yang canggih dan unik menjadi salah satu alat yang dapat menunjukkan dan mendongkrak penampilan yang memakainya.⁷

Terdapat beberapa jenis *Marketplace* terbesar di Indonesia yang namanya sudah terkenal yaitu sebagai berikut:⁸

- 1) Tokopedia : *Marketplace* ini sudah familier dimata konsumen tanah air dan sudah cukup terpopuler karena banyak di gunakan oleh pelaku usaha di Indonesia upaya memasarkan dan menjual produk andalan para pelaku usaha.
- 2) Shopee : adalah *Marketplace online* yang terdiversifikasi dan terdepan yang juga menyediakan pengalaman belanja seperti lainnya. Selanjutnya, platform belanja *online* yang satu ini tersedia di seluruh Asia Tenggara dan pengguna Shopee rata-rata adalah perempuan. Jadi, tidak heran lagi apabila komoditas utama yang paling laku di Shopee adalah produk-produk fashion dan kecantikan.

⁷ Nurhanim dan Toni, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Online Ditinjau dari UU N0.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen*”, Jurnal Ilmiah Keagamaan dan kemasyarakatan, Volume 17 Nomor 1, 2023, Universitas Labuhanbatu, Sumatera Utara, hlm 465.

⁸ Hastutie Noor Andriati, “*Pemanfaatan E-commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Bunga Hias Komunitas Lestari cyclop di Jayapura*”, Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, Volume 3 Nomor 2, 2020, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cenderawasih, Jayapura, hlm 204.

- 3) JD.ID : sebuah departement store *online* yang memiliki variasi barang yang cukup luas. Konsumen bisa menemukan berbagai kategori produk seperti fashion, elektronik, gadget.
- 4) Blibli : Merupakan pusat belanja *online* dengan berbagai produk dari komputer dan gadget, Fashion, Kesehatan, Kecantikan, alat prabotan, dll. Blibli juga memberikan berbagai promosi khusus, tiker dan voucher untuk pengunjung dan pelanggan. Blibli merupakan salah satu *marketplace* di indonesia yang memiliki determinasi yang sangat cukup besar bagi mobilitas belanja secara *online* bagi konsumen dalam negeri.
- 5) Bukalapak : adalah sebuah platform yang sama dengan lainnya yang menyediakan produk-produk terjangkau serta berkualitas. Selain itu, Bukalapak mengutamakan keandalan dan kemudahan plafonnya agar pengguna bisa mendapatkan *user experience* yang terbaik.

Pada jual beli terdapat hal yang paling penting yaitu kewajiban untuk melindungi konsumennya yang mana tertuang pada Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen (selanjutnya disebut dengan UUPK) pada Pasal 4 huruf (a) menjelaskan bahwa salah satu hak dari konsumen adalah atas kenyamanan, keamanan, dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa. Menurut UUPK salah satu hak dasar konsumen yang harus dilindungi adalah kepastian hukum masalah kepastian hukum dalam perdagangan elektronik.

Sebagai landasan penetapan hukum, asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Asas Manfaat : Konsumen maupun pelaku usaha berhak memperoleh manfaat yang diberikan dikarenakan Tidak boleh bersifat salah satu sehingga salah satu pihak tidak merasa dirugikan .
- b. Asas Keadilan : Konsumen dan pelaku usaha dapat berlaku adil yang mana mendapatkan hak dan kewajiban secara sama.
- c. Asas Keseimbangan : Sebuah keseimbangan antara hak dan kewajiban untuk konsumen dan pelaku usaha yang manadengan mengacu pada peraturan-peraturan hukum mengenai perlindungan konsumen.

- d. Asas Keamanan dan Keselamatan : merupakan sebuah jaminan hukum yang mana konsumen mendapatkan manfaat dari produk yang dipakai dan begitu pula sebaliknya bahwa produk tersebut tidak akan mengganggu keselamatan dan jiwa serta harta bendanya.
- e. Asas Kepastian Hukum : ialah pemberian kepastian hukum untuk pelaku usaha maupun konsumen di dalam mematuhi serta menjalankan peraturan hukum yang menjadi hak dan kewajibannya.

Jual beli *online* harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan jual beli secara konvensional. sebagaimana ditentukan dalam Pasal 18 Ayat

(1) UU ITE mengatur: “Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”. Para pihak yang saling mengikatkan diri berasal dari kesepakatan yang disetujui oleh masing-masing pihak, seperti yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdara mengenai kesepakatan para pihak yang diutamakan untuk melanjutkan setiap perbuatan dalam suatu perjanjian dan pada Pasal 89 Ayat (1) dan Ayat (2) Undang-Undang No.7 tahun 2014 tentang Perdagangan yang selanjutnya disebut (UU Perdagangan) mengenai sistem informasi Perdagangan. disamping Perlindungan Konsumen yang diatur dalam UUPK adapun UU ITE. Munculnya UU ITE ini merupakan sebuah terobosan yang baru didalam dunia hukum di indonesia karena Undang-Undang ini menjadi Undang-Undang yang *cyber law* pertama, didalam UU ITE ini terdapat pengaturan yang cukup luas mengenai tindakan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi untuk menjalankan usahanya.

Tabel 1.1
Kunjungan Marketplace Terbanyak

No	Nama Data	Kunjungan Shopee	Kunjungan Tokopedia	Kunjungan Lazada	Kunjungan Blibli	Kunjungan Bukalapak
1	01-2023	171.300.000	128.100.000	91.200.000	28.600.000	20.000.000
2	02-2023	143.600.000	108.100.000	74.200.000	23.200.000	17.100.000
3	03-2023	159.000.000	114.900.000	84.300.000	24.500.000	17.100.000
4	04-2023	165.800.000	109.200.000	82.500.000	33.000.000	15.400.000
5	05-2023	161.200.000	106.400.000	70.700.000	24.400.000	17.300.000
6	06-2023	173.900.000	106.000.000	70.400.000	23.400.000	14.000.000
7	07-2023	199.900.000	102.600.000	63.400.000	28.000.000	13.000.000
8	08-2023	213.400.000	99.700.000	45.600.000	28.300.000	12.900.000
9	09-2023	237.000.000	88.900.000	47.700.000	28.900.000	11.200.000

Pada penjualan didalam dunia *Marketplace* terdapat platform yang paling besar di indonesia salah satunya adalah shopee. dapat dilihat berdasarkan pada tabel data diatas yaitu banyaknya jumlah jiwa orang yang mengunjungi *Marketplace* terbesar di indonesia mulai (Bulan Januari-September 2023).⁹ Selanjutnya, sasaran pengguna *Marketplace* shopee ialah kalangan remaja muda yang saat ini telah terbiasa melakukan berbagai macam kegiatan dengan bantuan gadget termasuk pada kegiatan berbelanja. oleh karena itu, shopee datang dalam bentuk aplikasi mobile guna menunjang kegiatan belanja yang cepat dan mudah. kategori produk yang ditawarkan shopee lebih mengarah pada produk-produk fashion, kecantikan, perlengkapan rumah tangga dan produk lainnya. kemudian shopee juga menyediakan banyak layanan *fitur live chat* yang memudahkan para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dengan cepat dan mudah.

⁹ Adi Ahdiat, “ Jumlah Pengunjung ke 5 situs E-Commerce terbesar diindonesia (Januari-September 2023)”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>, Tanggal Akses 28 Januari 2024.

Berdasarkan hasil pengunjung terbanyak pada tabel tersebut, namun dirasa dalam praktik perlindungannya masih sangat minim atau kurang mengenai kesadaran Perlindungan terhadap Konsumen yang mana seharusnya konsumen mendapatkan hak yang tertuang didalam Pasal 4 pada huruf (a) sampai dengan Pasal 4 huruf (i) UUPK, sehingga dalam hal ini masih banyak pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi secara lengkap dan jujur. Sebagai contoh, pelaku usaha yang harus memberikan informasi lengkap mengenai produk yang mereka jual, termasuk bahan pada produk, ukuran atau size pada produk, warna atau kemiripan pada produk, merek produk tersebut, ketajaman pada gambar pencahayaan produknya, kesesuaian gambar produk deskripsi dengan produk aslinya, cara pemakaian produk, dan informasi atau pendukung lainnya mengenai deskripsi pada produk tersebut.

Contoh kasus yang terjadi di *marketplace* shopee, seorang konsumen yang membeli produk pada shopee bernama Dwi Ressa dari Jakarta Timur, awal mula pada tanggal 20 Mei 2023 seorang konsumen tersebut membeli produk pada shopee yaitu sebuah Tv Hisense 40e4h, Dwi Ressa awalnya tidak ingin membeli produk tersebut namun pada saat itu produk Tv Hisense 40e4h itu sedang mengadakan promo harga barang maka dari itu, Dwi Ressa akhirnya membeli dan memesan produk tersebut dan pada tanggal 24 Mei 2023 Produk Tv yang dipesannya datang dan diterima dalam keadaan baik serta tidak ada cacat barang. namun yang menjadi permasalahan adalah mengapa produk yang dipesan oleh konsumen tersebut tidak sesuai dengan

Deskripsi, kemudian ia menanyakan hal ini kepada penjual produk tersebut pada layanan shopee. Pada Deskripsi tertulis bahwa produk dapat *Voice Control* atau perintah suara serta ada *Bluetooth* akan tetapi kenyataannya produk tersebut yang ia beli tidak ada *Bluetooth* dan *Voice Control* (Perintah suara). Selanjutnya, konsumen menanyakan hal ini kepada penjual dan Respon dari penjual tersebut adalah mengatakan bahwa pada type produk tersebut dari pembeli bawaan Tv memang tidak ada menu untuk *Bluetooth* dan Perintah suara atau *Software* tidak mendukung. akan tetapi yang diinginkan oleh Dwi Resaa ini adalah produk Tv Hisense 40e4h yang bisa *Voice Control* dan ada *Bluetooth*nya karena pada deskripsi produk awalnya tertera seperti itu pada gambar dalam deskripsi yang ada tertera pada toko penjualan.¹⁰

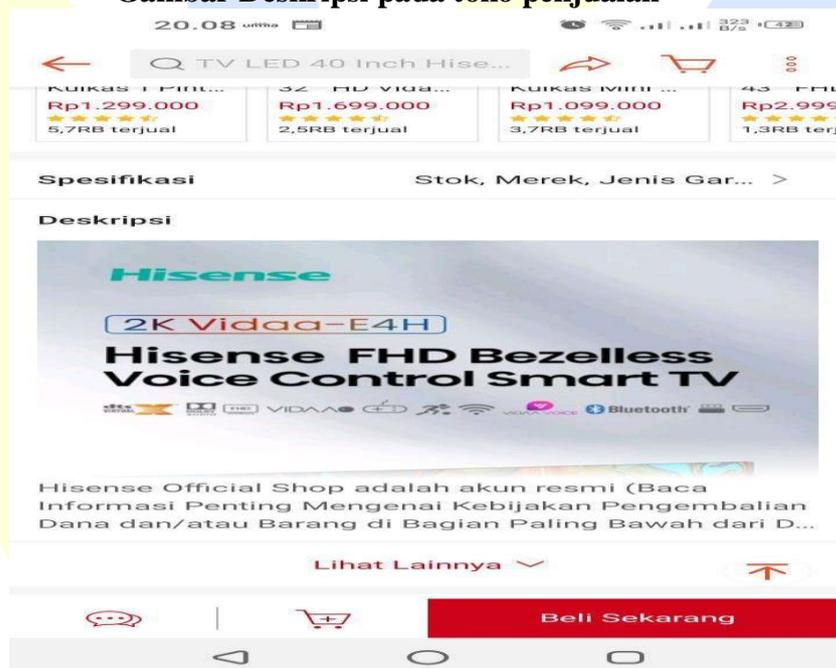
Pada kasus tersebut konsumen meminta penjelasan atas penjualan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi sebab pada awal yang diperjanjikan karena konsumen merasa sangat kecewa dan dirugikan atas hal ini, konsumen juga meminta keadilan kepada pihak plantara shopee atas kejadian yang dialaminya ini untuk meminta ganti kerugian berupa pengembalian dana. Serta apabila Tv dikembalikan maka biaya ongkos kirim harus ditanggung oleh pihak penjual karena ini adalah murni kesalahan dari pihak penjual produk tersebut bukan dari pihak konsumen.

¹⁰ Dwi Ressa, “Produk Tv Hisense tidak sesuai Deskripsi”, <http://mediakonsumen.com/2023/05/29/surat-pembaca/produk-tv-hisense-tidak-sesuai-deskripsi#0>, Tanggal Akses 5 Febuari 2024.

Gambar 1.1
Produk yang dipesan oleh konsumen



Gambar 1.2
Gambar Deskripsi pada toko penjualan



Dapat dilihat berdasarkan kasus diatas terdapat rasa kecewa dari pihak konsumen atas dasar pelayanan dari pelaku usaha yaitu penjual produk tersebut. Pada dasarnya dalam kasus tersebut sudah sangat jelas

bahwa deskripsi barang dengan barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, namun dalam kasus tersebut penjual hanya mengatakan bahwa *Remote tv* tidak mendukung karena memang produk *Tv* tersebut tidak mendukung *software Bluetooth* dan *Voice Control*. didalam kasus ini terdapat rasa kecewa dari pihak konsumen yang mana seharusnya konsumen mendapatkan hak konsumennya yang tertuang pada Pasal 4 huruf (a) sampai dengan Pasal 4 huruf (i) UUPK namun disini malah sebaliknya karena penjual produk pada toko tersebut tidak mengatakan hal itu terlebih dahulu secara jelas pada awal dan pada deskripsi tulisan yang mengatakan bahwa terdapat *Bluetooth* serta *Voice Control* dan Informasi deskripsi tersebut tidak jujur. dari banyaknya salah satu kasus tersebut dirasa masih sangat minim atau kurang mengenai pentingnya kesadaran terhadap perlindungan konsumen sehingga masih adanya kasus yang terjadi seperti diatas yang mengakibatkan konsumen dirugikan dengan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi toko dan mengajukan banding kepada pihak *Marketplace* shopee, sehingga penulis terinspirasi untuk membahasnya dalam judul skripsi “TANGGUNG JAWAB *MARKETPLACE* SHOPEE TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT MARAKNYA PENJUALAN BARANG TIDAK SESUAI DESKRIPSI”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab *Marketplace* shopee terhadap kerugian konsumen akibat maraknya penjualan barang tidak sesuai deskripsi?

2. Bagaimana Perlindungan hukum terhadap kerugian konsumen karena maraknya penjualan barang tidak sesuai deskripsi pada *Marketplace* shopee?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai tanggung jawab *Marketplace* shopee terhadap konsumen apabila terjadi ketidak sesuaian pada barang yang telah dikirim oleh pelaku usaha
2. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli *online* pada *Marketplace* shopee.

D. Kegunaan Penelitian

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara Teoritis maupun Praktis yaitu :

1. Kegunaan Teoritis : Penelitian ini secara umum memberikan manfaat untuk memperbanyak wawasan dan pengetahuan mengenai tanggung jawab *Marketplace* shopee terhadap konsumen apabila terjadi ketidak sesuaian pada barang yang telah dikirim oleh pelaku usaha.
2. Kegunaan Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, wawasan dan menambah ilmu pengetahuan untuk semua pihak yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen dalam transaksi jual beli *online* dan juga hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadikan bahan masukan bagi masyarakat dalam meningkatkan kesadaran terhadap hak-hak dan kewajiban dalam perlindungan konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri atas 5 (lima) bab, yang masing-masing bab saling berkaitan, sebagaimana dijelaskan dibawah ini:

BAB I berjudul Pendahuluan yang didalamnya menguraikan Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian (Kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis), Sistematika Penulisan.

BAB II berjudul Tinjauan Pustaka yang didalamnya menguraikan kerangka pikiran atau teori-teori yang saling berkaitan dengan pokok permasalahan yang diteliti

BAB III berjudul Metode Penelitian yang didalamnya menguraikan Metode Pendekatan, Spesifikasi Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Metode Pengolahan dan Penyajian Data, dan Metode Analisis Data.

Bab IV Berjudul Hasil Penelitian dan Pembahasan yang didalamnya menguraikan hasil penelitian dan pembahasan sesuai dengan perumusan masalah yaitu Bagaimana tanggung jawab *Marketplace* shopee terhadap kerugian konsumen akibat maraknya penjualan barang tidak sesuai deskripsi dan Bagaimana Perlindungan hukum terhadap kerugian konsumen karena maraknya penjualan barang tidak sesuai deskripsi pada *Marketplace* shopee.

Bab V berjudul penutupan yang didalamnya menguraikan kesimpulan (yang merupakan jawaban dari permasalahan penelitian) dan saran.