

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk

Ari Apriatman Molle¹, Teng Berlianty², Agustina Balik³

^{1,2,3}. Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : apriatmanari@gmail.com

ABSTRACT: Consumer protection is important considering the speed of science and technology that continues to increase. This study aims to examine legal protection for shopee consumers for goods that do not match the product description and the responsibilities of the shopee party and business actors for consumers who are harmed. The type of research used in this paper is normative legal research. By using the legal approach and the concept approach. Analysis of legal material uses qualitative methods, namely studies related to legal norms contained in laws and regulations and legal norms that exist in society. The qualitative analysis method is carried out by analyzing legal materials based on concepts, theories, laws and regulations, expert opinions, and the views of the authors themselves, then interpretation is carried out to conclude from this research question. The results of this study conclude that legal protection for Shopee consumers is based on the Consumer Protection Act No. 8 of 1999 (UUPK) and the Electronic Information and Transaction Law No. 11 of 2008 (UU ITE) can be seen in the regulation on consumer rights protection. Consumers who are harmed can file a lawsuit that is in line with UUPK and UU ITE so as to provide legal certainty to consumers. The government and society also play an important role through the oversight function. The form of responsibility of the shopee party and business actors for losses suffered by consumers is fully regulated in the terms of use of services available on the shopee shopping site, allowing consumers to report consumer losses, offer Shopee Guarantees, issue refunds to consumers, and protect consumers' personal information and credit cards. . Shopee is fully responsible for consumer losses.

Keywords: Legal Protection; Consumer; Goods Description.

ABSTRAK: Perlindungan konsumen menjadi penting mengingat kecepatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang perlindungan hukum terhadap konsumen shopee atas barang yang tidak sesuai dengan deskripsi produk dan tanggung jawab pihak shopee dan pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan. Tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian hukum normatif. Dengan menggunakan pendekatan undang-undang dan pendekatan konsep. Analisis bahan hukum menggunakan metode kualitatif, yaitu kajian yang berkaitan dengan norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan norma hukum yang ada dalam masyarakat. Metode analisis kualitatif dilakukan dengan menganalisis bahan hukum berdasarkan konsep, teori, peraturan perundang-undangan, pendapat ahli, dan pandangan penulis sendiri, kemudian dilakukan interpretasi untuk menyimpulkan dari pertanyaan penelitian ini. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Perlindungan hukum bagi konsumen *Shopee* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik No. 11 tahun 2008 (UU ITE) dapat dilihat dalam peraturan tentang perlindungan hak Konsumen. Konsumen yang dirugikan bisa mengajukan gugatan yang sejalan dengan UUPK dan UU ITE sehingga memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Pemerintah dan Masyarakat juga berperan penting melalui fungsi pengawasan. Bentuk tanggung jawab pihak *shopee* dan pelaku usaha atas kerugian yang diderita konsumen sepenuhnya diatur dalam ketentuan penggunaan layanan yang tersedia di situs belanja *shopee*, memungkinkan konsumen melaporkan kerugian konsumen, menawarkan Garansi *Shopee*, mengeluarkan pengembalian uang kepada konsumen, dan melindungi informasi pribadi dan kartu kredit konsumen. *Shopee* bertanggung jawab penuh atas kerugian konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum; Konsumen; Diskripsi Barang.

PENDAHULUAN

Dampak globalisasi terhadap penggunaan perangkat teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah gaya hidup masyarakat, mengembangkan gaya hidup baru, dan memfasilitasi perubahan dalam masyarakat, budaya, pertahanan, keamanan, penegakan hukum dan tentu saja, sektor ekonomi. Pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, salah satu penyebab perubahan aktivitas kehidupan manusia di berbagai bidang, dan secara langsung mempengaruhi munculnya bentuk-bentuk penegakan hukum baru.¹ Perkembangan ekonomi komersial selama periode ini meningkat, menghasilkan berbagai jenis produk atau jasa untuk dikonsumsi. Perkembangan perdagangan telah menciptakan pergerakan yang sangat besar dan bebas dalam setiap transaksi perdagangan.² Di era globalisasi, kami mendukung pertumbuhan perusahaan yang menciptakan berbagai produk (produk dan layanan), terutama di bidang komunikasi dan teknologi informasi.²

Perkembangan teknologi informasi internet telah membawa dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Keberadaan teknologi internet telah mengubah gaya hidup masyarakat tradisional Indonesia menjadi masyarakat modern. Seperti halnya Internet, jejaring sosial tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan komunikasi, tetapi juga membuka pasar baru untuk jaringan bisnis virtual tanpa batas.³ Berdagang atau berbisnis melalui dunia maya atau media internet yang disebut e-commerce sudah lama dikenal di Indonesia, terutama sejak diperkenalkannya kartu kredit, ATM, dan phone banking. Istilah-istilah ini mendapatkan pengakuan karena digunakan untuk berbagai tujuan termasuk pembelian dan penjualan.⁴

E-commerce awalnya diperkenalkan pada tahun 1994 ketika spanduk elektronik pertama, atau media periklanan yang biasa disebut sebagai media periklanan digital, digunakan untuk mempromosikan dan mengiklankan halaman situs web. Pertama, penggunaan perdagangan elektronik sebagai bisnis komersial untuk mengirim dokumen komersial secara elektronik seperti pesanan. Kemudian berkembang menjadi aktivitas yang menggunakan istilah perdagangan web, menawarkan barang dan jasa di *World Wide Web* (www) melalui server aman, protokol server khusus yang menggunakan enkripsi untuk menjaga kerahasiaan informasi pelanggan.⁵ *E-Commerce* adalah deskripsi aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui tautan data elektronik. Fenomena ini jelas menjadi faktor kunci yang membuka peluang bagi konsumen untuk berpartisipasi aktif di pasar global.⁶ Dari perspektif platform penjualan, lima marketplace terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung bulanan di Q2 2020 adalah Shopee (93,4 juta), Tokopedia (86,1 juta), Bukalapak (35,2 juta), Lazada (22 juta). Bli Bli (18,3 juta).⁷

Faktor lain yang mendukung perkembangan *e-commerce* adalah meningkatnya jumlah pengguna perangkat mobile. Hal ini akan meningkatkan jumlah pengguna yang memiliki akses ke berbagai platform belanja online seperti website toko online, marketplace dan media sosial. Kedua, semakin banyak perusahaan teknologi keuangan yang

¹ Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2009, h. 5.

² Teng Berlianty, Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Memperkuat Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia, *Jurnal SASI*, Vol. 23, No. 1, 2017, h. 1.

³ Tim CNN Indonesia, "Persaingan Situs e-commerce di Indonesia" dikutip dari Menurut *World Trade* www.cnnindonesia.com diakses pada 7 Juni 2022

⁴ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, h. 53.

⁵ Mudakir Iskandar, *Hukum Bisnis Online Era Digital*, CV. Campustaka, Jakarta, 2018, h. 14.

⁶ Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Alumni, Bandung, 2010, hal.14.

⁷ Tim Inews, "E-Commerce Terpopuler Di Indonesia Tokopedia Terdepan Shopee Geser Bukalapak", dikutip dari www.inews.id diakses 7 Juni 2022

memungkinkan berbagai metode pembayaran sederhana. Dengan hadirnya berbagai aplikasi dan fitur pembayaran dompet online yang tersedia di smartphone membuat masyarakat semakin mudah untuk melakukan transaksi online.⁸

Electronic commerce merupakan bentuk perdagangan yang paling terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi. Perdagangan ini mengubah gagasan tradisional tentang pasar tempat penjual dan pembeli bertemu secara fisik menjadi telemarketing, konsep transaksi jarak jauh melalui Internet. *E-commerce* juga telah mengubah cara konsumen mendapatkan produk yang mereka inginkan. *E-commerce* mengurangi semua prosedur biasa untuk transaksi tradisional. Tentu saja, konsumen juga memiliki kesempatan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi tentang produk dan layanan secara lebih bebas dan tanpa batas wilayah (*borderless*).⁹

Daya tarik *e-commerce* itu sendiri adalah efisiensi dan efektivitasnya. Di sisi efisiensi, *e-commerce* memiliki keunggulan memungkinkan bisnis menjadi lebih efisien dalam hal pemasaran, tenaga, dan *overhead*. Misalnya, konsumen dapat melihat bagaimana jenis produk dan harga berubah dalam hitungan detik langsung di situs *web* Anda, tanpa harus mencetak dan mengirim faks katalog baru setiap kali ke setiap pelanggan.¹⁰ Dalam hal efektivitas, di sisi lain, Internet memungkinkan kita menjangkau konsumen lebih luas dan lebih cepat. Bisnis dapat membuka toko virtual sepanjang waktu dengan menampilkan informasi tentang produk dan proses pembelian *online* di Internet. Anda bahkan dapat memanjakan pemangku kepentingan Anda dengan tampilan grafik yang menarik termasuk animasi/video yang dapat diputar dengan perangkat lunak tertentu.¹¹

Salah satu *e-commerce* di Indonesia adalah Shopee. Dimana Shopee merupakan *e-commerce* yang menawarkan berbagai kebutuhan baik pria maupun wanita yang menyesuaikan dengan gaya hidup masyarakat Indonesia. Dengan demikian, produk-produk yang ditawarkan Shopee kepada konsumen selalu memenuhi kebutuhan gaya hidup yang semakin modern, dalam hal ini Shopee menawarkan berbagai macam produk seperti pakaian wanita dan pria, peralatan listrik, peralatan rumah tangga, barang olahraga, dll. Hal ini membuat banyak konsumen menikmati bertransaksi di Shopee Marketplac.¹²

Menurut riset terbaru iPrice, Shopee merupakan aplikasi *e-commerce* nomor satu di Indonesia menurut MAU (*Monthly Active Users*). Selain itu, Shopee juga merupakan aplikasi dengan rata-rata jumlah pengguna aktif tertinggi di Indonesia. Shopee juga dinobatkan sebagai aplikasi mobile *e-commerce* dengan jumlah pengunduh aplikasi terbanyak. Lebih dari 260 juta transaksi berhasil dicatat pada 2020. Jika dirata-rata dalam sehari, Shopee mencatatkan lebih dari 2,8 juta transaksi, meningkat lebih dari 130% dari periode sama tahun lalu.¹³

Shopee menempati peringkat pertama dalam penjualan sistem *e-commerce* bukan berarti tingkat kepercayaan konsumen juga tinggi. Sistem *e-commerce* juga rawan penipuan, di mana ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, dan seringkali barang yang dibeli tidak terkirim meskipun pembeli mengirimkan jumlah yang disepakati.

⁸ Tim Sirdo, "Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia Di 2020", dikutip dari www.sirdo.com diakses 7 Juni 2022

⁹ Dikdik Arief dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2005, h. 144.

¹⁰ Didi Achjari, "Potensi Manfaat Dan Problem E-Commerce", dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Volume 15 No.3, Agustus 2000, h. 389.

¹¹ *Ibid*

¹² Valentin, "Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shopee", dalam *Jurnal EMBA*, Volume 6 No.4 September 2018, h. 2243.

¹³ Tim Kontan, "Jumlah Transaksi Di Shopee Lebih Dari 28 Juta Transaksi Per Hari", dikutip dari www.kontan.co.id diakses 7 Juni 2022

Ketidakstabilan transaksi, seperti pengiriman barang, pembayaran dengan kartu kredit orang lain (pembajakan), akses tidak sah ke sistem informasi (*hacking*), perusakan situs web atau pencurian data.

Adanya *e-commerce* seperti Shopee tidak menutup kemungkinan terjadinya pelanggaran yang berujung pada kerugian konsumen. Dalam *e-commerce*, di mana para pihak yang bertransaksi tidak bertatap muka secara fisik, berbagai bentuk penipuan dan kesalahan dapat terjadi dan merupakan masalah utama yang perlu ditangani. Kelemahan lain yang sering terlihat dalam *e-commerce* adalah jika barang yang ditawarkan berkualitas buruk atau layanan pabrikan tidak memuaskan, jika barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan, kesalahan pembayaran, pengiriman barang atau ketidaktepatan dalam pengiriman barang, yang tidak termasuk dalam syarat dan ketentuan sebelumnya.¹⁴

Perlindungan konsumen memiliki banyak segi. Salah satunya adalah aspek hukum. Hukum masyarakat akan selalu berkembang secara dinamis seiring dengan perkembangan masyarakat. UU sangat penting dalam masyarakat. Hukum memiliki peran mengatur kehidupan masyarakat agar kepentingannya dapat terlindungi. Perhatian khusus diberikan pada undang-undang perlindungan konsumen karena mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Pemerintah berperan dalam pengaturan, pengawasan, dan pengelolaan untuk menciptakan sistem fasilitasi yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.¹⁵

UU Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen Indonesia. Menurut Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pengertian perlindungan konsumen adalah: "Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Menurut ketentuan Pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak sebagai berikut: Perlindungan konsumen juga memerlukan pendekatan yang komprehensif dan tidak dapat dianggap murni dari sudut pandang hukum. Hal ini mengingatkan pada kepentingan konsumen yang ada secara fundamental sebelum barang dan jasa diproduksi.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, salah satu hak dasar konsumen yang harus dilindungi adalah kepastian hukum. Masalah kepastian hukum dalam perdagangan elektronik. Misalnya, masalah keabsahan transaksi komersial menurut hukum perdata. Isu-isu lain yang muncul misalnya, jaminan keandalan data, kerahasiaan dokumen, kewajiban perpajakan, hukum yang dipilih dalam hal kontrak atau wanprestasi, masalah yurisdiksi dan masalah hukum mana yang berlaku. Memastikan keamanan *e-commerce* sangat penting untuk melindungi konsumen dan lebih meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan volume transaksi *e-commerce*.¹⁶ Pengaturan tentang perdagangan elektronik diatur lebih lanjut dalam Undang-Undang Nomor 11 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik 2008 (selanjutnya disingkat UUIE). Transaksi melalui sistem elektronik diatur dalam Pasal 65 dan 66 UU Perdagangan No. 7 Tahun 2014.¹⁶

Sebagaimana diatur dalam Pasal 8 Pasal 7 g Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1999, konsumen sebagai pembeli dapat menuntut ganti rugi dari pengusaha jika barang/jasa yang diinginkan tidak sesuai dengan kontrak jual beli, bahwa: "Memberi

¹⁴ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2004, h. 79.

¹⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, h. 3

¹⁶ Tim BPKN, "Kajian Perlindungan E-Commerce di Indonesia" dikutip dari www.bkpn.go.id diakses pada 7 Juni 2022, h. 2.

kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”¹⁷

Sedangkan pelaku usaha bisa dituntut apabila barang/jasa yang diinginkan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian jual beli, sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 8 Ayat (2) menyatakan bahwa: “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.”¹⁸

Hak-hak konsumen harus dilindungi karena konsumen merupakan salah satu pihak dalam suatu hubungan atau transaksi ekonomi dan beberapa pelaku usaha seringkali mengabaikan hak-haknya. Selanjutnya, tujuan perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan kehidupan dan martabat konsumen dengan mencegah penggunaan barang dan jasa secara negatif.¹⁹

Perlindungan konsumen menjadi penting dan diakui semakin penting mengingat kecepatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus meningkat. Oleh karena itu, upaya untuk melindungi kepentingan konsumen dengan baik menjadi isu penting, dan mengingat kompleksitas masalah perlindungan konsumen, ada kebutuhan mendesak untuk menemukan solusi, terutama di Indonesia.²⁰

Contoh kerugian yang diderita oleh konsumen Shopee karena produk yang tidak sesuai dengan deskripsi dan perjanjian di Bagian Media Konsumen. Kasus pertama adalah Handoko yang membeli barang berupa rumput sintesis melalui aplikasi Shopee (helery1.id). Namun, ketika barang tiba, ternyata barang yang sama sekali berbeda dari yang dijelaskan penjual. Ketebalan rumput dijanjikan 15mm pada halaman deskripsi produk, tetapi ketika produk tiba, ketebalan rumput sebenarnya sekitar 1-2mm, dan bahannya adalah kertas rafia. Juga, keset belakang dikatakan karet, tetapi tidak ada karet di produk. Dan karena itu kertas, mudah terlepas. Selanjutnya kasus kedua terjadi pada ibu Elling yang membeli unit Oven listrik dari Sekai, namun setelah menerima produk, produk yang diterima berbeda dengan unit yang dideskripsikan.²¹

Undang-undang perlindungan konsumen dipandang semakin penting mengingat pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi daripada sebelumnya. Oleh karena itu, upaya untuk melindungi kepentingan konsumen dengan baik menjadi isu penting, dan mengingat kompleksitas masalah perlindungan konsumen, ada kebutuhan mendesak untuk menemukan solusi, terutama di Indonesia.²²

METODE PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan metode penelitian ialah normatif yakni penelitian yang terfokuskan untuk memberikan penjelasan sistematis yang mengatur suatu kategori tertentu. Pendekatan masalah yang dipakai sebagai bahan kajian yakni pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pengumpulan bahan hukum melalui bahan hukum primer kemudian dikaitkan dengan bahan hukum sekunder. Pengelolaan dan Analisa bahan hukum diuraikan secara kualitatif.²³

¹⁷ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, h. 22.

²⁰ *Ibid*

²¹ Tim MediaKonsumen, “Komplain Barang Cacat Tidak Ditanggapi Penjual di Shopee”, dikutip dari www.mediakonsumen.com diakses 11 Mei 2022

²² Abdul Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, h. 48.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk

Istilah “hukum konsumen” dan “hukum perlindungan konsumen” merupakan istilah yang sering disama artikan. Ada pendapat yang mengatakan bahwa hukum konsumen adalah juga hukum perlindungan konsumen, namun ada juga yang mengatakan bahwa dari segi substansi dan luas lingkupnya antara hukum konsumen dengan hukum perlindungan konsumen adalah berbeda. Hingga saat ini, para pakar ilmu hukum belum memberikan pengertian yang pasti dan baku mengenai kedua hal tersebut.²³

Dengan pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka hukum perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban produsen, serta cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban.²⁴

Menurut Az. Nasution dalam bukunya yang berjudul *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, membedakan antara hukum konsumen dengan hukum perlindungan konsumen. Menurut beliau, hukum konsumen adalah: “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat”. Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah: “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat”.²⁵

Lebih lanjut AZ. Nasution menjelaskan bahwa: “Hukum Konsumen pada pokoknya lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial ekonomi, daya saing, maupun tingkat pendidikan. Rasionya adalah sekalipun tidak selalu tepat bagi mereka yang berkedudukan seimbang demikian, maka mereka masing-masing lebih mampu mempertahankan dan menegakkan hak-hak mereka yang sah. Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang”.²⁶

Pada dasarnya, hukum perlindungan konsumen lahir dari kesadaran masyarakat yang bertindak sebagai konsumen untuk melindungi dirinya dalam sebuah transaksi dengan pelaku usaha. Perkembangan peradaban membawa manusia ke dalam kemajuan teknologi yang semakin cepat. Terkadang, perkembangan itu bukan saja membawa dampak yang positif, namun juga membawa dampak yang negatif kepada konsumen. Unsur-unsur perlindungan konsumen menurut Shidarta:²⁷

²³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, h.36.

²⁴ *Ibid*

²⁵ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002, h. 37.

²⁶ *Ibid*, h. 38.

²⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Grasindo, Jakarta, 2000, h.15.

- 1) Semua badan/organisasi secara langsung maupun tidak langsung bergerak dalam perlindungan konsumen. Badanbadan organisasi tersebut dapat terdiri dari badan-badan pemerintah maupun badan swasta yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut. Sebagai upaya dari kalangan swasta, gerakan perlindungan konsumen ini sudah dapat dikatakan cukup lama keberadaannya, yaitu sejak didirikannya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 1973. Badan swasta ini bergerak secara langsung melindungi konsumen di Indonesia, untuk sementara terutama di Jakarta dengan caracara spesifik, yaitu dengan melindungi konsumen dengan tidak merugikan apalagi mematikan usaha produsen nasional.
- 2) Secara tidak langsung juga para produsen barang maupun jasa, turut pula melindungi konsumen, terutama sekali para produsen bonafide, artinya yang memperkirakan bahwa keuntungan mereka peroleh dalam memasukkan hasil produksinya akan lebih terjamin dan langgseng apabila keseluruhan produksinya memenuhi persyaratan tentang mutu, kesehatan, pengepakan, dan lain sebagainya, sebagaimana dikehendaki oleh UUPK.
- 3) Konsumen, di mana konsumen sendiri juga wajib melindungi diri sendiri dalam tindakan mengkonsumsi barang dan/jasa yang dilakukannya dengan cara meningkatkan kewaspadaan yang dilandasi oleh kemampuan dalam memilih dan mengenal suatu produk. Melakukan konsumsi yang seimbang dengan penghasilan, dengan demikian mencegah diri sendiri terjerat oleh pola konsumsi yang tinggi yang tidak berfaedah.

Berdasarkan Pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian khusus dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.²⁸ Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (InggrisAmerika), atau *consument/konsumment* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah, arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.²⁹

Di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tidak ditemukan istilah konsumen, tapi berdasarkan pendirian Mahkamah Agung terdapat beberapa istilah yang perlu diperhatikan, karena istilah ini agak dekat dengan istilah konsumen, Istilah-istilah tersebut antara lain Pembeli (Pasal 1460, Pasal 1513, jo Pasal 1457 KUHPerdata), penyewa (Pasal 1550, jo Pasal 1548 KUHPerdata), penerima hibah (Pasal 1744 KUHPerdata) dan sebagainya. Sedangkan di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) ditemukan istilah tertanggung (Pasal 246), penumpang (Pasal 393, Pasal 394, jo Pasal 341).³⁰

Menurut Kotler, konsumen adalah: "individu atau kaum rumah tangga yang melakukan pembelian untuk tujuan penggunaan personal", sedangkan produsen adalah: "individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi".³¹ Pakar masalah konsumen di Belanda bahwa para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan

²⁸ Az. Nasution 2, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen*, cet 1, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1990, h. 65.

²⁹ Az. Nasution, *Op.Cit*, h.3.

³⁰ Az. Nasution 2, *Op.Cit*, h. 9.

³¹ Kotler dalam Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Eknomi Global*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002, h. 63

konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dia ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai akhir dan konsumen terakhir.³²

Pembeli barang dan/atau jasa, penyewa, penerima hibah, peminjam pakai, peminjam, tertanggung, atau penumpang pada satu sisi dapat merupakan konsumen (akhir) tetapi pada sisi lain dapat pula diartikan sebagai pelaku usaha. Sekalipun pembeli misalnya, tidak semata-mata sebagai konsumen akhir (untuk non-komersial) atau untuk kepentingan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga masing-masing tersebut.³³

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian mengenai konsumen dalam Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 angka 2 yaitu: "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 untuk diperdagangkan". Di dalam ketentuan Pasal 2 UUPK terdapat lima asas yakni Perlindungan Konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Dimana di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat penjelasan kelima asas tersebut yakni sebagai berikut:³⁴

- 1) Asas manfaat, Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan, Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas keseimbangan, Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen, Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 5) Asas kepastian hukum, Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Negara Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:³⁵

- 1) Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
- 2) Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
- 3) Asas kepastian hukum.

³² Shidarta, *Op. Cit.*, h.2.

³³ Az. Nasution 2, *Op. Cit.*, h.13.

³⁴ Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, h. 26.

³⁵ *Ibid*

Tujuan Perlindungan Konsumen, sebagaimana termaksud dalam ketentuan Pasal 3 UUPK adalah:³⁶

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Dari keenam tujuan perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila dikelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam rumusan huruf c, dan huruf e, sementara tujuan untuk memberikan kemanfaatan terlihat dalam rumusan huruf a, b, termasuk c dan d serta huruf f. Terakhir tujuan yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum tercermin dalam rumusan huruf d.³⁷

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi Produk

Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang berada di bawah naungan Garena (berubah nama menjadi *Sea Group*), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis *Consumer to Consumer (C2C) Mobile marketplace*, *Shopee* resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia.³⁸ *Shopee* Indonesia resmi diperkenalkan di Indonesia pada 12 Desember 2015 di bawah naungan PT. *Shopee* Indonesia. Sejak peluncurannya, *Shopee* Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, bahkan hingga Oktober 2017 aplikasinya sudah di *download* empat puluh 43.000.000 (empat puluh tiga juta) pengguna. Menawarkan "*one stop mobile experience*", *shopee* menyediakan fitur *live chat* yang memudahkan para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dengan mudah dan cepat.³⁹

Sebagai anak perusahaan dari *Sea Group*, *Shopee* Indonesia mendapatkan dukungan finansial penuh dari *Sea Group*, untuk regional Indonesia sendiri, pada saat peluncurannya, *Shopee* Indonesia mendapatkan dana dari *Sea* dan beberapa modal ventura, seperti Farallon Capital Management, Hillhouse Capital, JG Sumits Holdings Inc untuk melakukan penetrasi pada *online market* di Indonesia.⁴⁰

Shopee Indonesia menerapkan sistem layanan jual beli interaktif antara penjual dan pembeli melalui fitur *live chat*. *Shopee* menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui transfer bank, Indomaret, Kredivo, hingga kartu kredit. Selain itu, tersedia juga dompet

³⁶ *Ibid*

³⁷ *Ibidi*, h. 34-35.

³⁸ Tim Shopee, "*Tentang Shopee*", dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada 5 Desember 2022.

³⁹ Tim Wikipedia, "*Shopee Indonesia*", dikutip dari www.wikipedia.org, diakses pada 5 Desember 2022.

⁴⁰ *Ibid*

elektronik, *Shopee pay* yang dapat menyimpan seluruh dana, baik dari penjualan atau pembelian. *Shopee* Indonesia juga memiliki fitur “koin *shopee*”, yaitu koin virtual yang diperoleh dari hasil pembelian barang dengan promo tertentu dengan sistem *cashback*. “koin *shopee*” dapat ditukar dengan diskon saat pembelian barang berikutnya. Untuk memastikan barang yang dikirim penjual *Shopee* sampai ke pembeli, *shopee* Indonesia memberlakukan sistem garansi *shopee* sebagai jaminan uang akan kembali seratus persen jika barang tidak sampai. *Shopee* Indonesia bekerja sama dengan jasa logistik di Indonesia, seperti JNE, J&T Express, GoJek, dan Pos Indonesia untuk membantu proses pengiriman barang.⁴¹

Dengan mendaftar dan/atau mengunduh situs *Shopee.co.id*, maka pengguna dianggap telah membaca, mengerti, memahami, dan menyetujui semua isi dalam syarat dan ketentuan. Syarat dan ketentuan ini merupakan bentukkesepakatan yang dituangkan dalam sebuah perjanjian yang sah antara pengguna dan PT. *Shopee* Indonesia. Jika pengguna tidak menyetujui salah satu, sebagian, atau seluruh isi syarat dan ketentuan, maka pengguna tidak diperkenankan menggunakan layanan di *Shopee.co.id*.

Adapun syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh PT. *Shopee* Indonesia mengatur pemakaian jasa terkait penggunaan situs *shopee.co.id*, antara lain meliputi: definisi, akun, *password* dan keamanan, transaksi penjualan, penataan etalase, komisi, harga, tarif pengiriman, konten, jenis barang, *gold merchants*, kartu kredit, bentuk promosi, pengiriman barang, penarikan dana, pusat resolusi, ketentuan lain, penolakan jaminan dan batasan tanggung jawab, pelepasan, ganti rugi, pilihan hukum dan pembaharuan.⁴²

Secara umum dan mendasar hubungan antara pelaku usaha(perusahaan penghasil barang dan/atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir dari barang dan/atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin pelaku usaha dapat menjamin kelangsungan usahanya, sebaliknya konsumen kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi pelaku usaha.⁴³

Pelaksanaan transaksi elektronik melalui situs belanja online *shopee*, maka akan terjadi suatu hubungan antara konsumen dengan PT. *Shopee* Indonesia. Oleh karena itu, dibuat suatu perjanjian yang disebut dengan kontrak elektronik yang memuat syarat dan ketentuan penggunaan situs belanja online *shopee*. Jika konsumen *shopee* menyatakan setuju dengan isi dari kontrak tersebut, maka konsumen tersebut harus membubuhkan tanda ceklis pada halaman yang telah disediakan. Perjanjian dalam kontrak tersebut termasuk dalam suatu kontrak perjanjian yang bentuk dan isinya ditentukan oleh salah satu pihak, dan pihak yang membuat adalah PT. *Shopee* Indonesia. Konsumen adalah para pengguna situs belanja *shopee* yang telah menyetujui kontrak elektronik yang telah dibuat oleh PT. *Shopee* Indonesia. Melalui hubungan hukum yang dilakukan antara PT. *Shopee* Indonesia dan konsumen *shopee*, maka sudah tentu akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak, dimana kewajiban PT. *Shopee* Indonesia merupakan hak dari konsumen dan demikian pula sebaliknya kewajiban konsumen merupakan hak dari PT. *Shopee*

⁴¹ *Ibid*

⁴² *Ibid*

⁴³ Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, h. 201.

Indonesia. Adapun hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual-beli dalam situs belanja online shopee adalah:

- 1) Hak dan Kewajiban Konsumen, Hak-hak konsumen menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah 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, 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 perundangundangan lainnya.

Kewajiban konsumen dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

- 2) Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha, Pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan hak 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 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 peraturan perundangundangan lainnya.

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan kewajiban pelaku usaha, yaitu:

- 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 pemakai, 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.
- 3) Hak dan Kewajiban PT. *Shopee* Indonesia, hak *Shopee* selaku media/sarana penunjang bisnis penyedia fitur dan layanan untuk menjamin keamanan dan kenyamanan para pengguna adalah sebagai berikut:⁴⁴
- a) *Shopee* memiliki kewenangan untuk mengambil tindakan yang dianggap perlu terhadap akun yang diduga dan/atau terindikasi melakukan penyalahgunaan, memanipulasi, dan/atau melanggar aturan penggunaan di situs *shopee*, mulai dari melakukan moderasi, menghentikan layanan “Jual Barang”, membatasi jumlah pembuatan akun, membatasi atau mengakhiri hak setiap pengguna untuk menggunakan layanan, maupun menutup akun tersebut tanpa memberikan pemberitahuan atau informasi terlebih dahulu kepada pemilik akun yang bersangkutan.
 - b) *Shopee* memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan atas permasalahan yang terjadi pada setiap transaksi.
 - c) Jika pengguna gagal untuk mematuhi setiap ketentuan dalam aturan penggunaan di situs *shopee*, maka pihak *shopee* berhak untuk mengambil tindakan yang dianggap perlu termasuk namun tidak terbatas pada melakukan moderasi, menghentikan layanan “Jual Barang”, menutup akun dan/atau mengambil langkah hukum selanjutnya.
 - d) *Shopee* berhak untuk meminta data-data pribadi pengguna jika diperlukan.
 - e) Aturan penggunaan situs *shopee* dapat berubah sewaktu-waktu dan/atau diperbaharui dari waktu ke waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Dengan mengakses situs *shopee*, pengguna dianggap menyetujui perubahan-perubahan dalam aturan penggunaan Situs *Shopee*.
 - f) *Shopee* berhak menggunakan data dan informasi para pengguna situs demi meningkatkan mutu dan pelayanan di situs *shopee*.

Kewajiban *Shopee* selaku media/sarana penunjang bisnis penyedia fitur dan layanan untuk menjamin keamanan dan kenyamanan para pengguna adalah sebagai berikut:⁴⁵

- a) Melindungi segala informasi yang diberikan pengguna pada saat pendaftaran, mengakses, dan menggunakan seluruh layanan dalam situs *shopee*.
- b) Melindungi segala hak pribadi yang muncul atas informasi mengenai suatu produk yang ditampilkan oleh pengguna layanan situs *shopee*, baik berupa foto, username, logo, dan lain lain.
- c) Memberitahukan data dan informasi yang dimiliki oleh para pengguna situs bila diwajibkan dan/atau diminta oleh institusi yang berwenang berdasarkan ketentuan

⁴⁴ Tim *Shopee*, “*Syarat dan Ketentuan Layanan*”, dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada tanggal 5 Desember 2022.

⁴⁵ *Ibid*

hukum yang berlaku, perintah resmi dari pengadilan, dan/atau perintah resmi dari instansi/aparat yang bersangkutan.

- d) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat kekeliruan sistem pada situs *shopee* yang menyebabkan kerugian terhadap pihak pembeli maupun penjual.
- e) Tunduk pada peraturan perundang-undangan Republik Indonesia pada setiap sistem yang dijalankan pada *platform Shopee*.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen *Shopee* ini, didasari oleh kerugian-kerugian yang seringkali dialami oleh konsumen *shopee* dalam kegiatan transaksi jual-beli nya melalui situs belanja online *shopee*. Melalui penelusuran yang telah dilakukan, bentuk-bentuk kerugian tersebut berupa:

- 1) Wanprestasi, terdapat ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan barang yang dipesan oleh konsumen.⁴⁶
- 2) Pembatalan sepihak, pesanan dibatalkan sepihak oleh *Shopee* karena stok barang habis atau terjadi kesalahan program, padahal konsumen telah membayar lunas terlebih dahulu.⁴⁷
- 3) Pengaduan cukup sulit, konsumen yang memiliki masalah dengan pengiriman, pengembalian barang dan/atau dana, sering mendapat ketidakjelasan dari pihak *Shopee* jika melakukan komplain. Mulai dari proses yang lama, hingga komplain tidak diperhatikan.⁴⁸
- 4) Pembobolan akun *Shopee*, akun konsumen dibobol kemudian pihak lain memanfaatkan data-data kartu kredit atau bank pemilik akun *Shopee* untuk disalahgunakan, seperti membeli barang dengan dana pemilik asli akun *Shopee*.⁴⁹

Bentuk perlindungan hukum kepada konsumen *shopee* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sesuai dengan kerugian-kerugian diatas mencangkup beberapa hal, yaitu: Hak Konsumen untuk Mengoptimalkan Pelayanan, bentuk perlindungan hukum kepada konsumen *shopee* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sesuai dengan kerugian-kerugian diatas mencangkup beberapa hal, yaitu: Menurut UUPK Pasal 1 angka (2) bahwa konsumen adalah: "Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, dan orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan". Sebagai pemakai barang dan/atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri.⁵⁰ Salah satunya adalah hak konsumen untuk mengoptimalkan layanan yang didapatkan.

Konsumen berhak memberikan saran maupun kritik demi mendapatkan pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya. PT *Shopee* Indonesia selaku penyedia jasa memberikan fasilitas layanan untuk para konsumen *Shopee* untuk memberikan keluhan maupun saran melalui call center 1500702 atau melalui email di support@shopee.co.id.⁵¹ Kepastian hukum untuk

⁴⁶ Tim Qonsumen, "Berbelanja di *Shopee*" dikutip dari www.qonsumen.com, diakses pada Desember 2022.

⁴⁷ Tim CNN, "Shopee dan Lazada Angkat Suara soal penipuan Flash Sale" dikutip dari www.cnnindonesia.com, diakses pada Desember 2022.

⁴⁸ Konsumen *Shopee*, "Kebijakan Toko Online *Shopee.co.id* yang merugikan konsumen" dikutip dari www.kompasiana.com, diakses pada Desember 2022.

⁴⁹ Tim Journal, "Kapok Belanja di Aplikasi *Shopee* dan menggunakan kartu kredit citibank" dikutip dari journal.citandy.com, diakses pada Desember 2022

⁵⁰ Happy Susanto, *Op. Cit.*, h. 18

⁵¹ Tim *Shopee*, "aturan penggunaan", dikutip dari www.shopee.co.id, diakses pada 6 Desember 2022

menjamin perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.⁵² Oleh sebab itu kiranya konsumen mendapatkan haknya sesuai dengan hukum yang berlaku dan dengan adanya undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen kiranya posisi konsumen dengan pelaku usaha seimbang dan tercapainya kebutuhan masing-masing pihak.

Hak Konsumen untuk Menuntut Penggantian Kerugian Dalam perlindungan kepada konsumen *shopee*, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, maka pihak *shopee* wajib untuk memberikan penggantian/pengembalian produk, dan bertanggung jawab memberikan ganti rugi atau kerusakan sesuai dengan yang telah diatur di dalam Pasal 19 UUPK. Mengenai masalah ganti rugi ini sebenarnya sangat terkait dengan tanggung jawab pelaku usaha, dalam Pasal 19 UUPK, dinyatakan bahwa “pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”. Ganti rugi tersebut dapat berupa:

- 1) Pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara; atau
- 2) Perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

KESIMPULAN

Perlindungan hukum bagi konsumen *Shopee* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik No. 11 tahun 2008 (UU ITE) dapat dilihat dalam peraturan tentang perlindungan hak Konsumen dan Kompensasi. Konsumen yang dirugikan bisa mengajukan gugatan yang sejalan dengan UUPK dan UU ITE sehingga memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Pemerintah dan Masyarakat juga berperan penting dalam konservasi konsumen melalui fungsi pemantauan. Bentuk tanggung jawab pihak *shopee* dan pelaku usaha atas kerugian yang diderita konsumen sepenuhnya diatur dalam ketentuan penggunaan layanan yang tersedia di situs belanja *shopee*, memungkinkan konsumen melaporkan kerugian konsumen, memblokir konten negatif, menawarkan Garansi *Shopee*, mengeluarkan pengembalian uang kepada konsumen, memantau akun penjual palsu, dan melindungi informasi pribadi dan kartu kredit konsumen. *Shopee* bertanggung jawab penuh atas kerugian konsumen disebabkan oleh kesalahan dalam sistem portal web. Bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang rusak. Namun, *Shopee* juga memiliki batasan tanggung jawab.

REFERENSI

- A. Z. Nasution dalam buku Ade Maman Suherman, (2005), *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Adrian Sutedi, (2008), *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor.

⁵² Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, h. 8.

- Ahmad Miru, (2013), *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Ahmadi Miru dan Sutarrman yodo, (2011), *Hukum perlindungan konsumen*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, (2014), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Didi Achjari, “*Potensi Manfaat Dan Problem E-Commerce*”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Volume 15 No.3, Agustus 2000
- Dikdik Arief dan Elisatris Gultom, (2005), *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, PT. Refika Aditama, Bandung
- Happy Susanto, (2008), *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta
- Iman Sjahputra, (2010), *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Alumni, Bandung
- Janus Sidabalok, (2006), *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Kotler dalam Ade Maman Suherman, (2002), *Aspek Hukum Dalam Eknomi Global*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Mudakir Iskandar, (2018), *Hukum Bisnis Online Era Digital*, CV. Campustaka, Jakarta
- Shidarta, (2000), *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Grasindo, Jakarta
- Siswanto Sunarso, (2009), *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Rineka Cipta, Jakarta
- Teng Berlianty, Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Memperkuat Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia, *Jurnal SASI*, Vol. 23, No. 1, 2017
- Tim Inews, “*E-Commerce Terpopuler Di Indonesia Tokopedia Terdepan Shopee Geser Bukalapak*”, dikutip dari www.inews.id diakses 7 Juni 2022
- Tim Sirclo, “*Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia Di 2020*”, dikutip dar www.sirclo.com diakses 7 Juni 2022
- Titik Triwulan Tutik, (2008), *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Valentin, “*Studi Dekriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shopee*”, dalam *Jurnal EMBA*, Volume 6 No.4, September 2018
- Zulham, (2016), *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Prenadamedia Group Jakarta.