



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN
AKIBAT PEMBATALAN SEPIHAK TRANSAKSI JUAL BELI OLEH PT
SHOPEE INDONESIA BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(KASUS: IBU MAYA DI TAHUN 2018)**

Verren Andreas

(Mahasiswa Program S1 Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)
(E-mail: verrenand13@gmail.com)

Mariske Myeke Tampi, S.H., M.H.

(Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) di Universitas Diponegoro (2008), Magister Hukum (M.H.) di Universitas Kristen Satya Wacana (2012))
(E-mail: marisket@fh.untar.ac.id)

Abstract

Conventional buying and selling transactions have updated online buying and selling transactions, ranging from transactions between business actors and consumers from direct transactions to indirect transactions. Shopee is an online buying and selling site that is starting to develop in Indonesia. Consumers have rights that have been guaranteed by Shopee and the Government through laws or electronic contracts, but cases of consumers who are harmed still repeatedly occur in these electronic transactions. The formulation of the problem in this update is legal protection for consumers who suffer losses due to the cancellation of unilateral buying and selling transactions by PT Shopee Indonesia based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The author in answering these problems uses normative legal research methods. The type of material that the author uses is primary data, secondary data, namely interview data and tertiary data. The results of the research on consumers who were harmed due to the unilateral cancellation of online buying and selling because Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection has not clearly processed purchases virtually or online.

Keywords: Legal Protection, Marketplace, Consumer

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingkah laku masyarakat serta kebudayaan individu telah digantikan oleh teknologi informasi dan komunikasi secara mendunia. Selain itu, kemajuan teknologi informasi telah mengalami kemajuan sehingga membuat semesta menjadi tidak terbatas lalu membawa dampak yang besar serta cepat terhadap transformasi sosial. Teknologi informasi kini sedang menjelma sebagai pedang



bermata dua, sebab selain untuk meningkatkan kesejahteraan, kemajuan serta peradaban manusia, teknologi informasi pun menjadi instrumen yang ampuh terhadap perilaku terlarang.¹⁾ Pada saat ini, guna memperlancar kegiatan usaha yang merupakan kepentingan yang tidak dapat ditawar, telah digunakan alat bantu berupa teknologi modern. Barang dan/atau jasa yang mengalami perputaran kian cepat, artinya semakin cepat peredaran mata uang dalam bertransaksi. Transaksi yang dilakukan mencakup berbagai jenis transaksi. Di era digital sekarang ini, transaksi perdagangan melalui dunia maya (*online* atau melalui internet) telah menjadi mungkin, sehingga antara pelaku usaha dan konsumen tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.²⁾

Alat penyebaran informasi global, mekanisme penyebaran informasi, dan media yang menggunakan komputer untuk bergabung dan berinteraksi antar individu tanpa dibatasi oleh batasan geografis adalah dinamakan dengan internet.³⁾ Perekonomian dunia sangat besar dipengaruhi oleh adanya teknologi internet. Perekonomian dunia dibawa oleh internet untuk memasuki babak baru yang lebih terkenal dengan istilah *digital economics* atau perekonomian digital.⁴⁾ Melalui sarana internet, semakin banyak yang melakukan kegiatan ekonomi, misalnya perdagangan, menyebabkan banyak orang mengandalkan *e-commerce* sebagai media transaksi. Di dalam berbagai kegiatan perekonomian digital pun terdapat pembuktian digital atau elektronik yang dimana berlandaskan pada Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), bahwa: Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Hal tersebut juga diperkuat dengan diperluasnya

¹⁾ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), 1.

²⁾ Yuli Kurniaty dan Heni Hendrawati, "Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Transformasi*, Volume 11, Nomor 1 (Maret 2015): 65.

³⁾ Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce* (Yogyakarta: Andi, 2002), 1.

⁴⁾ *Ibid.*, hal. 1.



Hukum Acara Perdata dengan adanya pembuktian elektronik tersebut, sebagaimana tertulis pada Pasal 5 ayat (2) UU ITE, bahwa: Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan Hukum Acara yang berlaku di Indonesia.

E-commerce pada dasarnya merupakan pelaku usaha dan konsumen dalam suatu kontrak perdagangan dengan menggunakan fasilitas internet. Melalui internet dapat dilakukan mulai dari proses pemasokan barang, pelunasan transaksi, hingga pengiriman barang. *E-commerce* merupakan pelaku usaha dan konsumen di dalam transaksi komersial yang menggunakan media elektronik ataupun digital dalam hubungan kontraktual, tanpa perlu adanya proses tatap muka dan transaksi lintas batas. Pengguna internet berkembang pesat, terutama penduduk Indonesia yang menggunakan *e-commerce* untuk menarik para pelaku usaha atau berbagai perusahaan untuk mempromosikan barang atau jasa nya lewat internet. Tidak hanya untuk sektor bisnis atau sekedar untuk promosi barang atau jasa, internet juga mampu merubah pola kehidupan dari masyarakat itu sendiri. Saat ini banyak bermunculan media sosial yang tidak hanya digunakan sebagai media pertemanan tetapi digunakan juga sebagai toko *online*. Toko *online* disini merupakan tempat penjualan yang didirikan secara online tanpa bertemu antara pelaku usaha dengan konsumen. Aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memanfaatkan toko *online*, antara lain mempromosikan serta menjual barang atau jasa yang ada. Toko *online* juga dapat mempermudah konsumen dalam menemukan barang atau jasa yang diperlukan. Semua penawaran, detail barang atau jasa, harga, cara pengiriman barang, serta cara membayar barang atau jasa yang diinginkan dapat di promosikan melalui toko *online*.

Toko *Online* tersebut tidak hanya memberikan peluang besar untuk pelaku usaha maupun berbagai perusahaan yang berbisnis melalui internet.



Toko *online* tersebut juga dapat memberikan keuntungan sendiri bagi konsumen Indonesia untuk berbelanja. Selain dapat menghemat waktu berbelanja, toko *online* menawarkan barang dan/atau jasa lebih banyak dibandingkan dengan toko *offline*. Tidak hanya itu, toko *online* pun dapat memberikan kemudahan dalam pengiriman barang yang telah dipesan oleh konsumen, yakni barang tersebut dapat dikirimkan langsung pada alamat pemesan. Konsumen juga tidak perlu untuk keluar rumah sekedar untuk membeli barang dikarenakan semua dapat dilakukan di dalam rumah, yaitu menggunakan internet. Keuntungan lain yang didapatkan dari belanja melalui toko *online*, yakni konsumen dapat berbelanja dan melakukan transaksi selama 24 jam serta harga yang ditawarkan relatif murah dibandingkan dengan toko *offline*.

Toko *online* telah hadir dan kian populer di Indonesia dalam bentuk pasar *online* (*Marketplace*). *Marketplace* ini adalah tempat berkumpulnya antara pelaku usaha dan konsumen dalam sebuah situs *website*.⁵⁾ Model jual beli melalui *marketplace* mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan model jual beli di forum, jejaring sosial, ataupun iklan. Fasilitas rekening bersama secara gratis, pelaku usaha dapat menentukan minimal pembelian, dan menetapkan sistem diskon untuk pembelian partai besar merupakan kelebihan dari adanya model jual beli melalui *marketplace*. Perhitungan ongkos kirim secara otomatis, konfirmasi pembayaran secara *online* serta pengecekan posisi pengiriman barang secara otomatis juga terdapat di dalam jual beli melalui *marketplace*. Pelaksanaan sistem pembayaran dijalankan secara tidak langsung kepada penjual melainkan dibayarkan terlebih dahulu kepada *marketplace* tersebut. Jika konsumen telah menerima barang pesanan, maka pelaku usaha akan mendapatkan dana yang telah dicairkan.

Shopee merupakan salah satu *marketplace* yang cukup terkenal dan

⁵⁾ Cita Yustisia Serfiani, R. Serfianto D. Purnomo dan Iswi Hariyani, *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 15.



digemari oleh konsumen di Indonesia. Shopee pun memasarkan kategori barang, seperti produk kecantikan, pakaian wanita dan pria, perlengkapan traveling, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan bayi, elektronik, mainan anak, dan lain sebagainya. Shopee telah memberikan kemudahan bagi para konsumennya sehingga banyak dari konsumen Indonesia senang untuk berbelanja di Shopee. Dimulai dari adanya layanan yang menguntungkan bagi pihak konsumen dan menjadi bagian dari promosi yang dilakukan oleh Shopee, seperti (pengiriman gratis) *free shipping* untuk biaya pengiriman barang yang telah dipesan, serta COD (*Cash On Delivery*) ke lebih dari 100 kota di Indonesia, garansi uang kembali, serta potongan harga produk.

Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan dengan hadirnya *marketplace* terdapat kelemahan yang dapat menyebabkan konsumen mengalami kerugian. Melalui internet dapat dilakukan suatu kegiatan, yakni berupa kegiatan jual beli yang dilakukan tanpa tatap muka antara konsumen dan pelaku usaha, serta tidak mengecualikan terjadinya kecurangan. Kelemahan tersebut termasuk syarat dan ketentuan oleh *marketplace* secara sepihak. Syarat dan ketentuan tersebut dapat dimungkinkan hanya menguntungkan *marketplace* itu sendiri dengan merugikan pihak konsumen itu sendiri dan dengan begitu pengelola situs *marketplace* dapat terhindar dari tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha dikarenakan adanya syarat dan ketentuan yang sudah tersedia di dalam situs *marketplace* tersebut. Hal ini disebabkan oleh ketidaktelitian konsumen untuk membaca atau tidak membaca syarat dan ketentuan pada *marketplace* tersebut. Pada saat transaksi *online* telah dilakukan, pelaku usaha kerap melakukan kecurangan. Bentuk kecurangan yang terjadi antara lain, ketika konsumen telah membayarkan sejumlah uang secara lunas untuk pembelian barang, pelaku usaha tidak akan mengirimkan pesanan konsumen, dan terkadang ketika konsumen telah membeli barang tersebut, produk yang dikirimkan kepada konsumen tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Pengiriman pembayaran atas



pembelian barang disebabkan oleh pelaku usaha yang mengubah daftar harga yang pada akhirnya bermuara pada terjadinya pembatalan transaksi tanpa konfirmasi terlebih dahulu kepada konsumen.

Seperti yang dikutip melalui Detik News pada tanggal 2 Oktober 2018, bahwa terdapat konsumen Indonesia yang telah melakukan transaksi *online* melalui Shopee, akan tetapi mengalami kerugian akibat pembatalan secara sepihak oleh Shopee. Bermula dari adanya seorang konsumen Indonesia yang bernama Ibu Maya sejak tanggal 5 September 2018, Maya melakukan pembelian suatu barang di Shopee dengan nomor pesanan (18090520298JQ30). Harga dikurangi dengan voucher senilai Rp 100.000,- (seratus ribu Rupiah) yang Ibu Maya gunakan. Satu minggu kemudian, Ibu Maya mengingatkan penjual untuk melakukan pengiriman sebelum batas waktu pengiriman pada tanggal 20 September 2018. Namun status pesanan tetap dalam pengemasan, padahal sudah melebihi batas waktu yang ada. Ibu Maya pun sempat menghubungi Shopee mengenai status pesannya dan apa yang akan terjadi dengan voucher tersebut bila membatalkan pesanan, diinformasikan bahwa *voucher* tidak akan kembali. Ibu Maya kembali menghubungi penjual untuk mengirimkan pesanan, tetapi sampai tanggal 26 September 2018, pesanan tetap belum dikirimkan dan setelah dicek, ternyata pihak Shopee membatalkan pesanan secara sepihak. Tetapi *voucher* yang digunakan untuk pembayaran sebelumnya, tidak dapat dikembalikan. Shopee berdalih bahwa *voucher* tidak dapat dikembalikan setelah pembatalan, padahal di dalam ketentuan telah tertulis bahwa *voucher* dapat digunakan kembali setelah pembatalan yang dilakukan oleh Shopee atau penjual disaat pembatalan tanggal *voucher* dikategorikan masih *valid* atau sah.

Pada kasus ini, pihak Shopee selaku *marketplace* telah melakukan pembatalan secara sepihak terhadap konsumen yang dimana konsumen itu sendiri memiliki hak serta kewajiban. Hak yang dimiliki oleh konsumen sesuai



pada Pasal 4 angka (5) dan (8) UUPK telah dilanggar oleh pihak Shopee yang dalam Pasal tersebut menyatakan, bahwa: Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meninjau dan mendalami permasalahan terkait perlindungan hukum terhadap konsumen mengenai pembatalan sepihak yang belum diberikan ganti kerugian oleh pihak Shopee selaku pelaku usaha dalam skripsi yang berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan Akibat Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli oleh PT Shopee Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Ibu Maya di Tahun 2018).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat pembatalan sepihak transaksi jual beli oleh PT Shopee Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

C. Metode Penelitian

Metode penelitian menjabarkan cara melaksanakan penelitian, bermula dari merumuskan pendekatan penelitian hingga selanjutnya menganalisis hasil penelitian.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ilmiah ini memakai metode penelitian hukum normatif, meliputi: penelitian atas berbagai asas hukum, penelitian atas taraf sinkronisasi hukum, penelitian atas sistematika hukum, penelitian sejarah



hukum, dan penelitian perbandingan hukum.⁶⁾ Penelitian ini menggunakan asas-asas hukum sehingga hal ini dapat merupakan penelitian yang mampu menemukan fakta, identifikasi masalah dan pemecahan masalah. Metode penelitian hukum normatif merupakan metode untuk melakukan penelitian hukum dengan memeriksa bahan pustaka yang ada.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kepustakaan.⁷⁾ Terdapat sumber data yang diperoleh dari data sekunder atau kepustakaan tersebut meliputi:⁸⁾

- a. Bahan Hukum Primer yaitu bahan hukum yang mempunyai otoritas yang terdiri dari:
 1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK);
 2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE);
 3. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial (PBI).
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terkait bahan hukum primer, seperti:
 1. Literatur Hukum;
 2. Artikel Internet;
 3. Bahan non-hukum bertujuan untuk memperoleh pemahaman ataupun memperkaya sudut pandang objek yang akan diteliti, yaitu Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- c. Bahan Hukum Tersier adalah bahan hukum yang menguraikan mengenai penjelasan dan pedoman terhadap bahan hukum primer

⁶⁾ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 2010), 51.

⁷⁾ *Ibid.*, hal. 12.

⁸⁾ *Ibid.*, hal. 13.



dan bahan hukum sekunder yang meliputi: kamus, ensiklopedia, dan lain-lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.⁹⁾ Teknik yang digunakan oleh penulis berupa studi kepustakaan untuk mengumpulkan bahan hukum sekunder serta wawancara terhadap pihak-pihak yang bersangkutan untuk mendukung bahan primer yang ada.

4. Teknik Pengolahan Data

Sesudah pengumpulan data, melakukan pengolahan data sehingga data menjadi terstruktur dan sistematis dalam kelas-kelas atau golongan yang dirasa sama, sehingga penulis menjadi mudah dalam melaksanakan analisis data secara komprehensif.¹⁰⁾

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bersifat preskriptif, yaitu penelitian yang memberikan preskripsi mengenai apa yang harus dilakukan untuk membuktikan bukan untuk membuktikan fakta atau kebenaran. Berkenaan dengan teknik analisis data tersebut, dalam melakukan analisis data penulis akan menggunakan pendekatan. Penulis akan menggunakan pendekatan Undang-Undang (*Statue Approach*), yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara mengkaji seluruh Undang-Undang (UU) maupun regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani.

II. PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Pembatalan Sepihak Transaksi Jual Beli Oleh PT Shopee Indonesia

⁹⁾ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), 51.

¹⁰⁾ *Ibid.*, hal. 32.



Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Ibu Maya di Tahun 2018)

Sebagaimana pada bab-bab sebelumnya telah disampaikan bahwa UUPK memiliki asas dan tujuan, yaitu untuk melindungi konsumen dan menghindari terjadinya pelaku usaha berbuat tindakan sewenang-wenang guna memberikan kepastian hukum. Kendati UUPK menjamin kepastian hukum atas perlindungan konsumen, salah satu faktor utama yang menjadi kelemahan atau hambatan konsumen dalam memperjuangkan hak yaitu, dikarenakan masih rendahnya taraf kesadaran akan hak yang dimiliki. Pengetahuan hukum konsumen di Indonesia masih sedikit sebelum UUPK itu sendiri berlaku. Ketetapan MPR No. II/MPR/1993 mengungkapkan istilah “konsumen” yang tidak disertai dengan penjelasan mengenai pemahaman arti konsumen yang selanjutnya digunakan untuk membahas tujuan sektor perdagangan. Pemahaman mengenai konsumen dalam arti luas digambarkan secara lugas oleh John F. Kennedy selaku Presiden Amerika Serikat (AS), yang menyatakan: “*Consumers by definition include us all*”.¹¹⁾

Hondius seorang ahli dalam masalah konsumen di Belanda menyimpulkan, bahwa para ahli hukum umumnya setuju untuk mengartikan konsumen sebagai pengguna produksi akhir dari barang dan/atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*).¹²⁾ Melalui adanya hal tersebut, Hondius berharap dapat membedakan antara konsumen yang bukan merupakan pemakai terakhir (konsumen perantara) dengan konsumen yang merupakan pemakai terakhir. Pada UUPK terdapat 3 (tiga) istilah yang digunakan, yaitu pemakai, pengguna dan pemanfaat barang dan/atau jasa, namun siapa saja yang tergolong menjadi pemakai, pengguna dan pemanfaat tidak diuraikan secara jelas sehingga terhadap pemakaiannya muncul

¹¹⁾ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Prenada Kencana, 2008), 61.

¹²⁾ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2000), 2.



kebingungan. Saat UU ini dibentuk, sekelompok ahli dari Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) menyarankan istilah “pemakai” diperlukan untuk pemanfaatan berbagai barang, seperti tidak mengandung listrik atau elektronik, yaitu sandang, pangan, dan papan. Istilah “pengguna” digunakan untuk pemanfaatan berbagai barang yang berunsurkan listrik dan elektronik, misalnya komputer, televisi, radio, lain hal dengan istilah “pemanfaat” mempunyai makna terhadap jasa yang digunakan, misalnya jasa pengiriman barang, notaris, pengacara, dan lainnya.¹³⁾

Dalam penggunaan istilah “konsumen”, agar terhindar dari adanya kerancuan, terdapat beberapa pemahaman mengenai konsumen, yaitu: Konsumen (*Consumer*) adalah demi tujuan tertentu setiap orang memperoleh barang dan/atau jasa; Konsumen Perantara (*Intermediate Consumer*) merupakan siapa saja yang memperoleh tujuan perdagangan dalam bentuk barang dan/atau jasa; Konsumen Akhir (*End Consumer*) merupakan setiap orang yang memperoleh barang dan/atau jasa, guna mencukupi kebutuhan hidup pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya, dan melakukan transaksi ulang.¹⁴⁾ Adanya kepentingan konsumen sebagai konsumen akhir merupakan salah satu alasan terbentuknya instrumen hukum untuk melindungi konsumen, sehingga lahirlah UUPK.

Perkembangan terkait hukum konsumen pada dunia berawal dari AS yang mencatatkan sejarah sebagai negara terbanyak yang menaruh bantuan terhadap masalah perlindungan konsumen. Pada awal era 19 (sembilan belas), perlindungan konsumen dimulai dengan adanya gejolak konsumen. Bermula di New York pada tahun 1891 dibentuk Liga Konsumen dan tahun 1898 dibentuk Liga Konsumen Nasional (LKN) (*The National Consumer's League*) ditingkat internasional AS. Pada tahun 1903, lembaga tersebut mengalami kemajuan kian

¹³⁾ Anonim, “Istilah dalam UUPK,” <http://www.pemantauperadilan.com>, diakses tanggal 28 November 2020.

¹⁴⁾ Susanti Adi Nugroho, *Loc.Cit.*, hal. 62.



pesat. LKN pada AS telah berkembang sebagai 6 (enam) bagian yang mencakup 20 (dua puluh) Negara Bagian.¹⁵⁾ Selanjutnya pada tahun 1914 terjadi perkembangan, yaitu adanya peluang terbentuknya komite yang berkecimpung dalam bidang perlindungan konsumen, yaitu *Federal Trade Commission* (FTC). Kemudian, perkiraan pada tahun 1930-an (telah memasuki era gejolak konsumen) mulai terpikir akan kebutuhan pendidik mengenai edukasi konsumen, melalui penulisan buku terkait konsumen dan melindungi konsumen yang dilengkapi dengan riset terkait.¹⁶⁾

Pada tahun 1960-an, dengan fluktuasi konsumen, era hukum perlindungan konsumen datang bersamaan dengan lahirnya 1 (satu) UU baru, yaitu UU konsumen. Adanya hal tersebut membuat negara-negara lain tersadar untuk segera membentuk UUPK. Sedangkan pada tahun 1970-an di Indonesia, isu mengenai perlindungan konsumen mulai terdengar. Pada Mei 1973, lahirlah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang menandai awal berdirinya perusahaan. Secara historis, yayasan ini awalnya terkait dengan introspeksi produk untuk mempromosikan produk dalam negeri. Dibawah tekanan masyarakat, dilakukan kampanye untuk melakukan berbagai pengawasan agar masyarakat dalam kegiatan promosi tidak merasa dirugikan. Telah lama pemerintah negara Indonesia mendengar isu tersebut, kemudian segera diajukannya Rancangan Undang-Undang (RUU) perlindungan konsumen pasca reformasi. Kemudian, pembentukan RUU dilaksanakan setelah reformasi yang berdasarkan pada perlindungan konsumen. Kemudian, setelah RUU selesai diajukan pada saat itu, Presiden Indonesia sendiri yang langsung mengesahkan UU yang disebut dengan peraturan nasional Indonesia pada tanggal 20 April 1999 dan disebut “Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. Aturan ini berlaku setelah 1 (satu) tahun.

¹⁵⁾ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)* (Bandung: Nusa Media, 2008), 7.

¹⁶⁾ *Ibid.*, hal. 22.



Terdapat 4 (empat) pihak yang terlibat dalam pengaturan UUPK, yaitu pelaku usaha baik dan pelaku usaha nakal, serta konsumen baik dan konsumen nakal. Memahami hal tersebut, dikarenakan konsumen dan pelaku usaha bukan merupakan lawan, melainkan sandingan yang saling memerlukan 1 (satu) sama lain. UUPK terbagi menjadi 65 (enam puluh lima) Pasal dan 15 (lima belas) Bab serta membutuhkan waktu yang lama, yaitu 25 (dua puluh lima) tahun.¹⁷⁾ Akhirnya dengan dukungan pembangunan politik dan ekonomi Indonesia, semua kegiatan akhirnya disetujui oleh UUPK yang disahkan oleh dan Presiden RI dan Parlemen Indonesia. Perlindungan hukum mempunyai arti, yaitu melindungi badan hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang bersifat pencegahan dan pemaksaan, baik dalam bentuk tersurat maupun tidak tersurat guna peraturan perundang-undangan ditegakkan.¹⁸⁾ Bagi konsumen, hal ini berarti UU memberikan perlindungan terhadap hak konsumen agar tidak mengarah pada realisasi hak tersebut.

Perbedaan karakteristik antara *e-commerce* dengan transaksi perdagangan biasa adalah sebagai berikut:¹⁹⁾

- a. Tanpa batas melakukan transaksi: Saat ini, perusahaan kecil dan/atau menengah dapat menciptakan *website* atau menampilkan promosi di internet tiada batas selama 24 jam untuk menjual barang ke luar negeri dengan bantuan internet, sehingga dari seluruh dunia dalam mengakses dan melakukan transaksi secara *online* konsumen dapat melakukannya.²⁰⁾

¹⁷⁾ AZ. Nasution, "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999-L.N. 1999 No. 42," *Artikel pada Teropong, Media Hukum dan Keadilan*, (MaPPI-FH UI dan Kemitraan: Volume 2, Nomor 8 (Mei 2003): 5.

¹⁸⁾ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visimedia, 2008), 18.

¹⁹⁾ Shabur Miftah Maulana, "Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan Online," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 29, Nomor 1 (Desember 2016): 67.

²⁰⁾ *Ibid.*, hal. 68.



- b. Jual beli bersifat anonim: Dalam transaksi *e-commerce*, pelaku usaha dan konsumen tidak perlu bertatap muka. Nama konsumen tidak diperlukan oleh pelaku usaha.²¹⁾
- c. Penjualan produk: Melalui internet dapat melakukan penjualan produk termasuk produk elektronik maupun non-elektronik, barang berbentuk dan tidak berbentuk, serta barang bergerak dan barang tidak bergerak.

Transaksi *e-commerce* memiliki tahapan yang dibagi menjadi beberapa kategori sebagai berikut:²²⁾ *Find it*: Pada tahap ini konsumen dapat menentukan dan dengan mudah memahami kategori produk yang dibutuhkan. Berbagai cara mampu digunakan, berupa cara pencarian (*search*) dan cara *browse*. Dalam menggunakan cara pencarian, ketika konsumen ingin menjumpai jenis produk yang diinginkan dapat menaruhkan kata kunci (*keyword*) produk yang diperlukan pada tempat pencarian yang telah disediakan. Pada saat yang sama, metode *browse* menyediakan menu berisi kategori produk yang telah tersedia;²³⁾ *Menjelajahi*: Seusai mendapatkan kategori produk yang dibutuhkan, maka akan muncul deskripsi produk yang telah dipilih, berisi keterangan penting produk yang ingin dibeli. Mutu produk (apakah mengecewakan), kuantifikasi, serta informasi lain dari konsumen sebelumnya. Apabila item produk telah kompatibel, maka transaksi dapat dijalankan;²⁴⁾ *Select it*: Layaknya toko sungguhan dimana dapat langsung bertatap muka, keranjang belanja akan mengemasi barang yang dibutuhkan terlebih dahulu hingga tahap *checkout*;²⁵⁾ *Membelinya*: Seusai pihak *e-commerce* melakukan pengecekan dan menyediakan pengisian form, tahapan berikutnya adalah konsumen melakukan

²¹⁾ *Ibid.*, hal. 69.

²²⁾ Mahir Pradana, "Klasifikasi E-Commerce di Indonesia," *Jurnal MODUS*, Volume 27, Nomor 2 (Desember 2015): 163.

²³⁾ *Ibid.*

²⁴⁾ *Ibid.*, hal. 64.

²⁵⁾ *Ibid.*



tahap pembayaran transaksi. Tidak akan digunakan kartu kredit oleh pihak *e-commerce* untuk menagih pembayaran hingga pesanan selesai dikirimkan;²⁶⁾ Mengirimkan: Seusai penyelesaian tahapan transaksi, *e-mail* terkait konfirmasi tentang pembelian dan lainnya akan dikirimkan oleh pihak *e-commerce*, mengenai status pengiriman barang yang diproduksi akan diberitahukan. Toko *online* tersebut juga memberikan konsumen sebuah akun (*account*) dan memasukkan alamat *e-mail*, kemudian konsumen pada *account* yang disediakan mendapati status pesanan.²⁷⁾

Hubungan hukum yang terjalin antara konsumen Shopee dengan PT Shopee Indonesia dalam berkontrak pada umumnya adalah untuk saling bertukar kepentingan. Jika salah satu pihak berada dalam posisi yang kurang menguntungkan, maka hubungan kontrak yang diperbolehkan antara kedua belah pihak untuk kebebasan berkontrak akan berulang kali menghasilkan ketidakadilan.

Sebagaimana yang dikutip melalui laman Shopee, perjanjian yang dilakukan antara pihak pelaku usaha dan pihak konsumen, diantaranya termuat klausul-klausul perjanjian bagi konsumen yaitu:²⁸⁾ Shopee telah menetapkan tahapan transaksi yang wajib diikuti oleh konsumen disaat melakukan transaksi. Jika tahapan transaksi telah selesai, maka Shopee akan meneruskan dana tersebut kepada pelaku usaha; Saat membeli suatu produk, konsumen setuju bahwa sebelum mengeluarkan penawaran atau komitmen pembelian, konsumen bertanggung jawab untuk memahami dan menyetujui mengenai keseluruhan deskripsi atau kategori produk. Kontrak yang ditandatangani oleh konsumen bersifat mengikat untuk pembelian barang. Shopee tidak akan secara hukum mengalihkan kepemilikan produk dari pelaku usaha kepada konsumen;

²⁶⁾ *Ibid.*

²⁷⁾ *Ibid.*, hal. 66.

²⁸⁾ Tim Shopee, "Syarat dan Ketentuan," <http://www.shopee.co.id>, diakses tanggal 28 Desember 2020.



Konsumen memahami dan menyetujui bahwa ketersediaan inventaris produk merupakan tanggung jawab pelaku usaha selaku penyedia produk. Mengenai ketersediaan barang dapat sewaktu-waktu diubah untuk mengosongkan persediaan barang, dan pesanan akan ditolak oleh pelaku usaha dan mengembalikan barang yang telah dibayarkan kepada konsumen; Pada akun resmi Shopee dan/atau tanpa sepengetahuan Shopee (melalui fasilitas atau jaringan pribadi, pengiriman pesan), konsumen sesungguhnya paham dan setuju atas semua transaksi yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha; Shopee berhak menolak pembayaran tanpa pemberitahuan; Konsumen harus membayar segera (paling lambat 2 (dua) hari) setelah konsumen *checkout*; Saat konfirmasi pembayaran dengan setoran tunai, pesan harus dilampirkan pada faktur (*invoice*) berupa nomor dan nama faktur; Tidak memberikan bukti pembayaran dan/atau data pembayaran kepada pihak selain konsumen yang disetujui oleh konsumen itu sendiri; Meminta konsumen untuk mengkonfirmasi barang yang telah diterima, sesuai menerima kiriman barang yang dibeli; Sesuai mengkonfirmasi tanda terima atau secara otomatis menerima konfirmasi, maka dana pihak konsumen yang dikirimkan melalui rekening resmi Shopee akan dilanjutkan dikirimkan kepada pihak pelaku usaha (transaksi dianggap selesai); Bahwa segala klaim yang dibuat sesuai konfirmasi penerimaan otomatis bukanlah tanggung jawab Shopee dan konsumen menyetujui hal tersebut; Terkait pengiriman yang disebabkan oleh keterlambatan pembayaran merupakan tanggung jawab konsumen dan konsumen menyetujui hal tersebut; Konsumen paham dan setuju terkait masalah keterlambatan proses pembayaran dan biaya tambahan yang disebabkan oleh perbedaan bank yang konsumen gunakan dengan bank rekening resmi Shopee adalah tanggung jawab konsumen secara pribadi; Dana yang dikembalikan Shopee kepada konsumen mampu dilakukan jika dalam keadaan-keadaan tertentu; Jika prosedur mengenai dana yang dikembalikan terjadi, maka dana yang dikembalikan melalui saldo Shopee



konsumen akan bertambah sesuai dengan jumlah dana yang dikembalikan; Shopee berhak membuat ketentuan mengenai belum diselesaikannya transaksi akibat tidak adanya kesepakatan penyelesaian, baik antara pelaku usaha dan konsumen, dengan melihat bukti-bukti yang ada. Keputusan Shopee merupakan keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak pelaku usaha dan konsumen untuk mematuhi; Jika konsumen memakai cara pembayaran melalui transfer bank, maka total pembayaran akan ditambahkan kode unik untuk mempermudah proses verifikasi; Shopee mempunyai hak untuk mengubah status pemesanan menjadi “terkirim” apabila tidak terdapat pembaharuan status pengiriman dari kurir setelah 10 (sepuluh) hari sejak resi diinput oleh pelaku usaha dan tidak ada konfirmasi lebih lanjut oleh pihak konsumen perihal barang pesanan; Konsumen menyetujui bahwa faktur yang telah terbit merupakan nama pelaku usaha.

Sebagaimana yang dikutip dari laman Shopee, selain memuat klausul perjanjian untuk konsumen, dimuat juga mengenai klausul perjanjian untuk pelaku usaha, diantaranya:²⁹⁾ Pelaku usaha dilarang melakukan manipulasi harga komoditas untuk tujuan apapun; Pelaku usaha dilarang menyediakan atau menjual barang terlarang sesuai dengan peraturan “Kategori Barang”; Pemberian foto dan kategori produk secara lengkap dan jelas sesuai dengan keadaan dan kualitas produk yang dijual merupakan kewajiban pelaku usaha. Jika konsumen menerima produk yang berbeda dengan unggahan pelaku usaha mengenai foto serta kategori produk, maka Shopee berhak untuk membatalkan transaksi; Saat memakai sarana “Judul Produk”, “Foto Produk”, “Catatan”, dan “Deskripsi Produk”, pelaku usaha tidak diperbolehkan merumuskan regulasi dalam bentuk klausul standar yang tidak sesuai; Pelaku usaha harus merespon mengenai pesanan barang konsumen yang diterima atau ditolak selama 2 (dua) hari setelah menerima pemberitahuan pesanan produk Shopee; Sejak Shopee

²⁹⁾ *Ibid.*, hal. 1.



menginformasikan produk tersebut, pelaku usaha dalam batas waktu 4 (empat) x 24 (dua puluh empat) jam (kecuali Sabtu/Minggu/Libur Nasional) harus mengirimkan nomor resi pengiriman. Jika pelaku usaha tidak mengirimkan nomor resi pengiriman, maka pesanan batal secara otomatis. Apabila pelaku usaha tetap melakukan pengiriman barang yang melebihi batas waktu pengiriman, maka ketika transaksi akan dibatalkan pelaku usaha dianggap telah memahami, sehingga pengambilan barang oleh pelaku usaha kepada kurir yang mengirimkan barang tersebut; Pelaku usaha memahami dan menyetujui bahwa dalam syarat dan ketentuan diatur mengenai pembatalan transaksi dan/atau ketentuan lain, maka pembayaran barang dan biaya transportasi (tidak termasuk biaya transfer atau pengelolaan) akan dikembalikan sepenuhnya kepada konsumen; Pelaku usaha wajib memberikan informasi kepada Shopee sebelum menerima pesannya. Konsumen berhak untuk menyetujui penuh atas transaksi yang dibatalkan dan pelaku usaha tidak diperbolehkan melanjutkan transaksi tanpa konsumen menyetujui hal tersebut. Namun apabila pelaku usaha tetap melanjutkan transaksi tersebut tanpa persetujuan dari konsumen, maka pelaku usaha menyetujui bahwa hal ini akan menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya (termasuk namun tidak terbatas pada pengembalian ongkos kirim kepada konsumen); Shopee berhak untuk melakukan penahanan dana pada rekening resmi Shopee sampai waktu yang tidak ditentukan apabila terdapat permasalahan dan klaim dari pihak konsumen terkait proses pengiriman dan kualitas barang. Pembayaran baru akan dilanjut dikirimkan kepada pelaku usaha apabila permasalahan tersebut telah selesai dan/atau barang telah diterima oleh konsumen; Shopee berhak untuk melakukan pembatalan dan/atau penahanan dana transaksi terkait: a. Pelaku usaha memberikan nomor resi yang tidak sesuai dengan transaksi yang dilakukan di *website* Shopee; b. Pelaku usaha mengirim barang melalui layanan *express* atau logistik bukan barang yang disediakan atau terhubung ke situs *web* Shopee; c.



Shopee berhak untuk membatalkan atau menahan dana transaksi, jika produk yang dikirimkan tidak cocok dengan nama produk dan deskripsi produk yang tertera. Pelaku usaha paham dan setuju mengenai pelaporan pajak penghasilan pelaku usaha dan diurus sendiri oleh masing-masing pelaku usaha sesuai dengan ketentuan pajak yang berlaku di peraturan perundang-undangan di Indonesia; Shopee berhak memutuskan berbagai persoalan transaksi yang belum terselesaikan akibat tidak adanya kesepakatan penyelesaian, baik antara pelaku usaha dan konsumen, dengan melihat bukti-bukti yang ada. Keputusan Shopee adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak pelaku usaha dan konsumen untuk mematuhi; Jika pelaku usaha dan konsumen telah sepakat, maka pemakaian jasa logistik yang berbeda dari pilihan awal konsumen dapat dilakukan (dengan ketentuan bahwa tarif pengiriman tersebut adalah dibawah tarif pengiriman awal); Shopee berhak mengurangi dan mengembalikan dana kepada konsumen terkait biaya pengiriman berlebih.

Mengenai pemberian perlindungan hukum kepada konsumen Shopee, hal ini didasarkan pada kerugian berulang yang dialami konsumen Shopee dalam transaksi jual beli melalui *website* belanja *online* Shopee. Melalui penelusuran yang telah dilakukan, bentuk-bentuk kerugian tersebut berupa:

1. Wanprestasi, terdapat ketidaksesuaian antara penerimaan barang dengan pemesanan barang oleh konsumen.³⁰⁾
2. Pembatalan sepihak, pesanan dibatalkan sepihak oleh Shopee dikarenakan *stock* barang habis atau telah terjadi kesalahan dalam program, sedangkan konsumen telah membayar lunas terlebih dahulu.³¹⁾

³⁰⁾ Tim Qonsumen, "Berbelanja di Shopee," <http://www.qonsumen.com>, diakses tanggal 24 Desember 2020.

³¹⁾ Tim CNN, "Shopee dan Lazada Angkat Suara Soal Penipuan Flash Sale," <http://www.cnnindonesia.com>, diakses tanggal 24 Desember 2020.



3. Pengaduan cukup sulit, konsumen yang memiliki masalah dengan pengiriman, pengembalian barang dan/atau dana, seringkali mendapatkan ketidakjelasan dari pihak Shopee dalam melakukan pengaduan. Mulai dari proses yang lama, hingga pengaduan yang tidak diperhatikan.³²⁾
4. Pembobolan akun Shopee, akun konsumen dibobol oleh pihak lain yang kemudian memanfaatkan data-data kartu kredit atau bank pemilik akun Shopee untuk selanjutnya disalahgunakan, seperti membeli barang dengan dana pemilik asli akun Shopee.³³⁾

Berdasarkan UUPK, bentuk perlindungan hukum kepada konsumen Shopee sesuai dengan uraian diatas mencakup hal-hal, sebagai berikut:

- a. Hak Konsumen untuk Mengoptimalkan Pelayanan: Dalam Pasal 1 angka (2) UUPK menyatakan 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”. Konsumen selaku pengguna barang dan/atau jasa mempunyai hak dan kewajiban. Agar masyarakat dapat bertindak sebagai konsumen independen utama, penting untuk memahami berbagai hak konsumen.³⁴⁾ Hak konsumen untuk mengoptimalkan layanan yang didapatkan merupakan salah satunya. Konsumen pun 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*

³²⁾ Konsumen Shopee, “Kebijakan Toko Online Shopee.co.id yang Merugikan konsumen,” <http://www.kompasiana.com>, diakses tanggal 24 Desember 2020.

³³⁾ Tim Journal, “Kapok Belanja di Aplikasi Shopee dan Menggunakan Kartu Kredit Citibank,” <http://www.journal.citandy.com>, diakses tanggal 24 Desember 2020.

³⁴⁾ Happy Susanto, *Op.Cit.*, hal. 22.



center 1500702 atau melalui email di support@shopee.co.id.³⁵⁾

Kepastian hukum untuk memastikan konsumen terlindungi adalah dengan meningkatkan martabat konsumen dan membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa, serta menumbuhkan sikap pelaku usaha yang berintegritas dan bertanggung jawab.³⁶⁾

- b. Konsumen Berhak untuk Menuntut Ganti Rugi: Pemberian perlindungan terhadap konsumen Shopee, jika penerimaan barang dan/atau jasa tidak sesuai dengan kesepakatan atau memenuhi persyaratan, maka pihak Shopee berkewajiban untuk bertanggung jawab menggantikan atau mengembalikan produk, serta ganti rugi yang diberikan sesuai dalam Pasal 19 UUPK. Kompensasi dapat berupa: Pengembalian uang terhadap barang dan/atau jasa yang setara; atau perawatan medis dan/atau kompensasi yang diberikan sesuai dengan hukum yang berlaku.
- c. Hak Konsumen untuk Mengadukan Permasalahan: Dalam Pasal 4 UUPK diatur mengenai hak-hak konsumen. Pengaduan terhadap hak konsumen yang dilanggar dapat dilakukan melalui kepada lembaga yang berwenang. Bantuan dapat diperoleh melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) atau langsung dapat menyelesaikan masalahnya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).³⁷⁾
- d. Menyelesaikan Perselisihan Konsumen: Menurut AZ Nasution, sengketa konsumen adalah: “Sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha (publik atau privat) mengenai produk konsumen,

³⁵⁾ Tim Shopee, “Aturan Penggunaan,” <http://www.shopee.co.id>, diakses tanggal 24 Desember 2020.

³⁶⁾ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 8.

³⁷⁾ Happy Susanto, *Op.Cit.*, hal. 58.



barang dan/atau jasa konsumen tertentu”.³⁸⁾ Perselisihan antara konsumen dengan pelaku usaha setidaknya dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu: Secara damai menanggulangi sengketa serta lembaga atau instansi yang berwenang menanggulangi sengketa.³⁹⁾

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen Shopee terlihat dari adanya regulasi yang mengatur tentang perlindungan hak konsumen dan pemberian kompensasi, berdasarkan perlindungan hukum yang diberikan UUPK kepada konsumen Shopee. Klaim dapat diajukan apabila konsumen mengalami kerugian sesuai UUPK, sehingga memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Pemerintah serta masyarakat pun memiliki peran yang sangat penting dalam perlindungan konsumen melalui fungsi pengawasan. Pengawasan tersebut dapat terlihat dari terbentuknya LPKSM sebagai wadah untuk secara bersama-sama memperjuangkan, memberikan nasihat, menyebarkan informasi, dan membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya. Konsumen yang merasa dirugikan juga dapat melaporkan kerugiannya kepada YLKI dan BPSK atau melalui jalur litigasi. Pengawasan terhadap situs *e-commerce* pun dilakukan guna menciptakan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Shopee bertanggung jawab atas konsumen yang mengalami kerugian telah diatur sepenuhnya melalui syarat dan ketentuan penggunaan layanan yang dapat diakses pada situs belanja Shopee. Bentuk pertanggung jawaban tersebut adalah melalui penyediaan sarana pelaporan konsumen mengenai kerugian-kerugian yang dialami konsumen, pemblokiran konten-konten negatif,

³⁸⁾ Shidarta, *Op.Cit.*, hal. 221.

³⁹⁾ AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2002), 224.



pemberian garansi Shopee, pengembalian dana kepada konsumen, menindaklanjuti akun-akun palsu pelaku usaha, serta perlindungan terhadap data-data pribadi dan kartu kredit konsumen. Shopee bertanggung jawab penuh terhadap kerugian konsumen yang terjadi akibat kegagalan pada sistem portal *website*. Bentuk penggantian kerugian yang diberikan dapat berupa pengembalian dana maupun penggantian terhadap barang rusak. Walaupun demikian, Shopee juga memiliki batasan-batasan dalam bertanggung jawab.

B. Saran

Dalam rangka memastikan konsumen terlindungi saat melakukan transaksi jual beli yang lebih spesifik dan menyeluruh di *website* belanja Shopee, dalam hal pencegahan dan penegakan hukum terdapat saran, yaitu walaupun perlindungan konsumen atas transaksi elektronik telah dijamin dan diatur dalam UU sebagaimana dijelaskan diatas, namun prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi haruslah dikedepankan agar dapat meminimalisir terjadinya kerugian yang mungkin timbul dikemudian hari. Dengan demikian, dalam melakukan transaksi secara *online* konsumen harus lebih selektif dan aspek keamanan yang dikedepankan dalam bertransaksi sebagai pertimbangan utama selain hanya faktor kepercayaan (*trust*), dengan memperhatikan kebenaran identitas pelaku usaha ataupun konsumen serta faktor keamanan jalur pembayaran. Perlindungan hukum terhadap konsumen Shopee berdasarkan UUPK yang diterapkan sekiranya disesuaikan dengan kenyataan yang ada agar konsumen mengetahui bahwa hak-haknya telah dilindungi dan mengetahui secara jelas tanggung jawab dari pelaku usaha tersebut. Peran pemerintah dan masyarakat dalam pengawasan perlindungan konsumen sekiranya dapat membantu konsumen dalam setiap permasalahan yang dialami. Pengelola situs Shopee sekiranya dapat memaksimalkan pelayanan melalui penambahan ketentuan baru yang mampu mengurangi timbulnya kerugian yang konsumen alami, misalnya: Pelaku usaha harus diverifikasi secara ketat berdasarkan



catatan keuangan dan catatan kepolisian. Pelaku usaha harus mempunyai alamat yang jelas pada cabang atau toko secara fisik demi memudahkan pencarian, dan menyertakan nomor telepon yang dapat dihubungi kapan saja, dan mencantumkan nama pengelolanya.

IV. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media, 2008.
- Nasution, AZ. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Nugroho, Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Prenada Kencana, 2008.
- Ramli, Ahmad M. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama, 2010.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Serfiani, Cita Yustisia, R. Serfianto D. Purnomo, Iswi Hariyani. *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2000.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2010.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia, 2008.
- Sutedi, Adrian. *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Ustadiyanto, Riyeke. *Framework E-Commerce*. Yogyakarta: Andi, 2002.

B. Peraturan Perundang-undangan



Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen.*

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.*

Republik Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.*

C. Artikel Jurnal Cetak

Maulana, Shabur Miftah. “Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online.” *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 29, Nomor 1 (Desember 2016): 67.

Kurniaty, Yuli dan Heni Hendrawati. “Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam”, *Jurnal Transformasi*. Volume 11, Nomor 1 (Maret 2015): 65.

Nasution, AZ. “Aspek Hukum Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999-L.N. 1999 No. 42”, *Artikel pada Teropong, Media Hukum dan Keadilan, MaPPI-FH UI dan Kemitraan*. Volume 2, Nomor 8 (Mei 2003): 5.

Pradana, Mahir. “Klasifikasi E-Commerce di Indonesia.” *Jurnal MODUS*. Volume 27, Nomor 2 (Desember 2015): 163.

D. Website

Anonim. “Istilah dalam UUPK.” <http://www.pemantauperadilan.com>. Diakses tanggal 28 November 2020.

CNN, Tim. “Shopee dan Lazada Angkat Suara Soal Penipuan Flash Sale.” <http://www.cnnindonesia.com>. Diakses tanggal 24 Desember 2020.

Journal, Tim. “Kapok Belanja di Aplikasi Shopee dan Menggunakan Kartu Kredit Citibank.” <http://www.journal.citandy.com>. Diakses tanggal 24 Desember 2020.



Qonsumen, Tim. “Berbelanja di Shopee.” <http://www.qonsumen.com>. Diakses tanggal 24 Desember 2020.

Shopee, Konsumen. “Kebijakan Toko Online Shopee.co.id yang Merugikan Konsumen.” <http://www.kompasiana.com>. Diakses tanggal 24 Desember 2020.

Shopee, Tim. “Aturan Penggunaan.” <http://www.shopee.co.id>. Diakses tanggal 24 Desember 2020.