

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian perjanjian

Perjanjian merupakan salah satu sumber terjadinya perikatan. Hal ini dapat dilihat dari ketentuan Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa: "tiap-tiap dilahirkan baik karena perjanjian, baik karena Undang-undang". Jika dibandingkan dengan yang bersumber dari Undang-undang maka perjanjian merupakan salah satu sarana yang terpenting untuk mengadakan perikatan. Dalam kepustakaan hukum perdata di Indonesia, perjanjian diterjemahkan dari bahasa Belanda yaitu dari kata *overeenkomst* dalam ketentuan Pasal 1313 KUHPerdata. Selain itu, ada pula yang menterjemahkannya dengan persetujuan.⁶

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perjanjian adalah “persetujuan tertulis atau dengan lisan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, masing-masing bersepakat akan mentaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu”.⁷ Kamus Hukum menjelaskan bahwa perjanjian adalah “persetujuan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, tertulis maupun lisan, masing-masing sepakat untuk mentaati isi persetujuan yang telah dibuat bersama.” Menurut Pasal 1313 KUH Perdata,

⁶Marcel Seran dan Anna Maria Wahyu Setyowati, “*Penggunaan Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*,” *Jurnal Hukum Pro Justitia*, 2006, hal 160-161.

⁷Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, "Perjanjian", *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perjanjian>, diakses pada 19 mei 2025

“Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Para ahli Hukum Perdata pada umumnya berpendapat bahwa definisi perjanjian yang terdapat di dalam ketentuan tersebut tidak lengkap dan terlalu luas. Definisi tersebut dinilai tidak lengkap karena terutama menggambarkan perjanjian sepihak, sementara dalam praktik banyak perjanjian yang melibatkan dua pihak atau lebih dengan hak dan kewajiban yang saling mengikat. Selain itu, definisi ini juga dianggap terlalu luas karena dapat mencakup bentuk perjanjian yang bersifat khusus, seperti janji kawin dalam hukum keluarga yang diatur secara terpisah dan tidak secara langsung tunduk pada ketentuan dalam Buku III KUH Perdata. Lebih lanjut, perjanjian harus didasarkan pada persetujuan para pihak yang terlibat, yang merupakan unsur penting dalam hukum perdata. Hal ini membedakan perjanjian dengan perbuatan melawan hukum, di mana tidak terdapat unsur persetujuan antara pihak-pihak yang terlibat.⁸

Dari penjelasan di atas penulis menarik kesimpulan bahwa perjanjian merupakan instrumen hukum yang fundamental dalam sistem hukum perdata Indonesia sebagai salah satu sumber utama perikatan sebagaimana diatur dalam Pasal 1233 KUH Perdata. Meskipun definisi perjanjian dalam Pasal 1313 KUH Perdata memiliki kelemahan karena dinilai tidak lengkap dan terlalu luas, terutama karena lebih menggambarkan perjanjian sepihak padahal dalam praktik

⁸Aid Pramudya Husain, Mutia Cherawaty Thalib, dan Dolot Alhasni Bakung, “*Analisis Yuridis Penerapan Pasal 1320 KUHPerdata Terhadap Sistem Ijon Pada Petani Cengkeh Di Desa Kaidundu Sebagai Kearifan Lokal*,” *Jurnal Mahasiswa Kreatif* 1, No. 3 2023, hal 120–48.

banyak perjanjian bersifat timbal balik serta dapat mencakup bentuk perjanjian khusus yang seharusnya diatur terpisah, namun esensi perjanjian tetap terletak pada adanya persetujuan para pihak yang saling mengikat diri untuk mentaati kesepakatan yang telah dibuat bersama. Unsur persetujuan ini yang menjadi pembeda utama antara perjanjian dengan perbuatan melawan hukum, sehingga perjanjian tetap menjadi sarana terpenting dalam mengadakan perikatan berdasarkan kehendak bebas para pihak yang terlibat.

B. Syarat Sahnya Perjanjian

Syarat sahnya perjanjian diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang menetapkan empat syarat yang harus dipenuhi agar suatu perjanjian menjadi sah secara hukum. Keempat syarat tersebut adalah:

1. Kesepakatan para pihak
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. sebab yang halal

Pasal 1320 KUHPerdara mengatur bahwa perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Apabila dipenuhi empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka perjanjian tersebut sah dan mengikat bagi para pihak. Persyaratan yang pertama dan kedua disebut syarat subjektif karena berhubungan dengan subjek perjanjian dan persyaratan yang ketiga dan keempat berhubungan dengan syarat objektif karena berkaitan dengan objek perjanjian yang disepakati oleh para pihak dan akan dilaksanakan sebagai prestasi dari para pihak. Perbedaan kedua persyaratan

tersebut dikaitkan pula dengan masalah batal demi hukum dan dapat dibatalkannya suatu perjanjian. Apabila syarat objektif dalam perjanjian tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum atau perjanjian yang sejak semula dianggap tidak pernah ada. Apabila syarat subjektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan atau sepanjang perjanjian tersebut belum atau tidak dibatalkan pengadilan, maka perjanjian yang bersangkutan masih terus berlaku.

Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara menyatakan semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Dari kata semua yang terkandung dalam ketentuan tersebut dapat disimpulkan adanya asas kebebasan berkontrak, yang berarti setiap orang bebas untuk mengadakan suatu perjanjian yang memuat syarat-syarat perjanjian macam apapun, sepanjang perjanjian itu dibuat secara sah dan beritikad baik, serta tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan. Dalam konteks perlindungan konsumen, Pasal ini menjadi penting karena menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memenuhi isi perjanjian yang telah disepakati, termasuk dalam hal spesifikasi barang yang dijual. Di samping itu, para pihak juga terikat dengan asas itikad baik dalam melaksanakan perjanjian tersebut (Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara). Dalam kaitannya, maka asas itikad baik bukan hanya sekedar asas yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan suatu perjanjian saja melainkan asas ini juga harus diindahkan dalam pembuatan suatu perjanjian itu sendiri. Dengan demikian, para pihak tidak hanya terikat dengan kata-kata dalam perjanjian itu melainkan juga terikat oleh asas itikad baik.

Dalam jual beli online, kesepakatan biasanya dinyatakan secara elektronik ketika pembeli menyetujui harga dan melakukan pembayaran. Bentuk kesepakatan ini tetap memiliki kekuatan hukum yang sah karena memenuhi unsur dasar perjanjian, meskipun dilakukan secara digital.

C. Konsep Dasar Jual Beli *Online*

Jual beli *online* merupakan sebuah bentuk aktivitas perdagangan modern yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli tanpa keharusan bertemu secara langsung. Aktivitas ini dilakukan melalui platform digital, baik berupa *website* maupun aplikasi *mobile*, yang dikenal sebagai *marketplace*. *Marketplace* seperti *Shopee* berperan penting dalam ekosistem jual beli *online*. Platform ini mempertemukan jutaan penjual dan pembeli dari berbagai daerah dalam satu tempat yang terintegrasi. Melalui fitur-fitur seperti pencarian produk, filter harga, ulasan pengguna, dan sistem rating, konsumen dapat dengan mudah memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Di sisi lain, penjual juga diberikan ruang untuk memasarkan produknya secara luas tanpa harus memiliki toko fisik, cukup dengan membuka toko *virtual* melalui akun yang didaftarkan di platform tersebut.⁹

Sistem jual beli *online* dimulai dari pemilihan produk oleh pembeli. Setelah menemukan barang yang diinginkan, pembeli dapat menambahkan barang ke dalam keranjang dan melanjutkan ke proses pembayaran. Pembayaran bisa dilakukan melalui berbagai metode, seperti transfer bank, kartu kredit, dompet

⁹Ariesto Hadi Sutopo. “Mengembangkan E-commerce Modern: WooCommerce untuk Produk Digital” topazart, Tangerang, 2024, hal 41-43.

digital (*e-wallet*), hingga metode pembayaran di tempat (COD). Setelah pembayaran dikonfirmasi, penjual kemudian akan mengemas dan mengirimkan barang menggunakan jasa pengiriman yang telah bekerja sama dengan *marketplace*. Seluruh proses ini dipantau dan difasilitasi oleh sistem yang terintegrasi di dalam platform.¹⁰

Salah satu keunggulan utama dari jual beli *online* adalah kemudahan akses dan fleksibilitas waktu. Konsumen dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, selama memiliki koneksi internet. Tidak seperti toko fisik yang memiliki jam operasional terbatas, toko *online* dapat diakses 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Hal ini memungkinkan pembeli yang memiliki keterbatasan waktu atau tinggal di daerah terpencil untuk tetap memperoleh barang-barang yang mereka butuhkan tanpa hambatan geografis.¹¹

Kemudahan ini juga diiringi dengan sejumlah risiko yang tidak dapat diabaikan. Salah satu masalah yang paling sering dihadapi oleh konsumen adalah barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi yang tercantum di halaman produk. Hal ini dapat terjadi karena penjual menggunakan foto yang dimanipulasi atau diedit, sehingga tidak mencerminkan kondisi barang yang sebenarnya, atau bahkan menampilkan gambar milik toko lain. Ketidaksesuaian

¹⁰Ahmad Zaini Paiz, Helma Maulana Zulfikar, dan Muhibban. "Implementasi Akad Salam Dalam Transaksi COD Toko Online Lazada". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital* Vol. 2, No. 3, 2025, hal1409-1414.

¹¹Farhatun Nisaul Ahadiyah. "Perkembangan Teknologi Infomasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online." *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research* Vol. 1, No. 1, 2024, hal 41-49.

ini menjadi sumber utama keluhan dalam transaksi *online* dan memunculkan kebutuhan akan perlindungan hukum bagi konsumen.

Selain gambar produk yang menyesatkan, tantangan lain adalah terkait dengan keaslian barang. Pada umumnya konsumen yang melaporkan bahwa mereka menerima produk palsu atau tiruan, meskipun diiklankan sebagai barang asli. Hal ini merugikan konsumen, tidak hanya dari segi materi tetapi juga dari segi kepercayaan terhadap sistem jual beli *online*. Oleh karena itu, penting bagi platform *marketplace* untuk menerapkan sistem verifikasi penjual dan memperketat aturan terkait penjualan produk bermerek atau berstandar tertentu.¹²

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) bahwa memberikan landasan hukum terkait transaksi digital serta menjelaskan bahwa informasi elektronik dan dokumen elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah, dan transaksi *online* dianggap sah selama memenuhi unsur perjanjian sebagaimana diatur dalam KUHPerduta. Ini menjadi dasar penting dalam menegaskan legalitas jual beli *online* di Indonesia, serta perlindungan konsumen yang terlibat di dalamnya.¹³

Lebih lanjut, Pasal 4 huruf h dan Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur hak dan kewajiban konsumen serta

¹²Muchammad Galih Yuliansyah dkk, "*Perlindungan Konsumen: Kajian Hukum Terhadap Hp Kw Bermerek Yang Terdaftar Di Platform E-Commerce Shopee.*"*Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* Vol. 2, No. 6, 2024, hal 353-362.

¹³ Lopian, Randy. "*Pengaturan Penggunaan Tanda Tangan Elektronik Menurut UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.*" *Lex Privatum* 13, No. 1, 2024.

pelaku usaha.¹⁴ Hak konsumen meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang. Dalam konteks jual beli online, ketentuan ini harus diterapkan secara tegas agar konsumen tidak dirugikan akibat informasi produk yang menyesatkan atau manipulatif.

Peraturan lain yang juga relevan adalah Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Peraturan ini mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan identitas secara lengkap, memberikan informasi yang akurat mengenai barang atau jasa, serta bertanggung jawab atas barang yang dijual. *Marketplace* wajib menyediakan sistem pengawasan terhadap aktivitas penjual dan menangani keluhan konsumen secara cepat dan transparan.

Dalam jual beli *online*, konsumen juga dihadapkan pada potensi penyalahgunaan data pribadi. Informasi seperti nama lengkap, alamat rumah, nomor telepon, dan detail pembayaran sangat sensitif dan harus dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, penting bagi *marketplace* untuk memiliki sistem keamanan data yang andal dan mematuhi prinsip-prinsip perlindungan data pribadi sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE).

¹⁴ Handoyo, Budi, M. Z. Husamuddin, and Ida Rahma. "Tinjauan Yuridis Penegakkan Hukum Kejahatan Cyber Crime Studi Implementasi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008." *MAQASIDI: Jurnal Syariah dan Hukum*, 2024, hal 40-55.

Selain pemerintah dan *marketplace*, konsumen juga perlu membekali diri dengan pengetahuan yang cukup mengenai hak-haknya dalam bertransaksi *online*. Konsumen harus jeli dalam membaca deskripsi produk, memeriksa reputasi penjual, dan memilih metode pembayaran yang aman. Sikap hati-hati ini dapat meminimalisir risiko kerugian akibat penipuan atau kesalahan transaksi. Edukasi konsumen menjadi langkah penting dalam menciptakan ekosistem *e-commerce* yang sehat dan adil.

Penting juga untuk mencermati bagaimana *marketplace* memfasilitasi penyelesaian masalah atau komplain dari pembeli. *Shopee*, misalnya, menyediakan fitur pengajuan komplain dan pengembalian barang yang dapat diakses secara langsung melalui aplikasi. Konsumen cukup mengunggah bukti-bukti terkait ketidaksesuaian produk, dan pihak *Shopee* akan menengahi antara pembeli dan penjual untuk mencari solusi yang memuaskan kedua belah pihak. Mekanisme ini menunjukkan tanggung jawab platform dalam melindungi konsumen.

Di sisi lain, kehadiran layanan pelanggan yang responsif dan proaktif juga menjadi nilai tambah dalam jual beli *online*. Konsumen yang merasa dirugikan harus memiliki akses cepat terhadap bantuan atau solusi yang ditawarkan oleh platform. Kecepatan dan ketepatan dalam merespons keluhan menjadi indikator seberapa serius sebuah *marketplace* menjaga kepercayaan konsumennya. Hal ini menjadi kunci untuk membangun loyalitas pengguna terhadap layanan mereka.

D. Pengertian konsumen dan pelaku usaha

Perkembangan zaman saat ini serta dukungan arus globalisasi menjadikan setiap orang sering melakukan transaksi jual beli dan salah satu unsurnya ialah adanya pelaku usaha dan konsumen. Dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, mendefinisikan pelaku usaha ialah setiap individu atau badan usaha, baik yang didirikan dan terdaftar dalam bentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang melakukan kegiatan sendiri di wilayah hukum Indonesian atau melalui perjanjian-perjanjian bersama-sama menjalankan aktivitas perdagangan dalam bidang ekonomi. Pada Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsep konsumen bukan hanya terbatas pada manusia, namun juga dapat melibatkan kebutuhan dan interaksi dengan makhluk hidup lainnya dalam ekosistem. Dalam konteks ekonomi, pemahaman masyarakat tentang perilaku konsumen sangat penting bagi perencanaan bisnis dan pengembangan produk yang memadai guna mencukupi keperluan pasar.

Terdapat beberapa unsur dalam istilah konsumen yakni adanya subyek hukum/orang dalam hal ini masih terdapat keraguan, apakah konsumen ini hanya diartikan sebagai orang atau badan hukum, pemakaian/konsumsi terakhir. Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan istilah pemakaian sebagai penekanan bahwa konsumen adalah konsumen akhir namun hal ini tidak selalu dengan transaksi jual beli dengan arti

setiap konsumen tidak selalu memberikan prestasi berupa pembayaran uang untuk mendapatkan barang atau jasa.

Menurut Az. Nasution, orang yang dimaksudkan adalah orang alami bukan badan hukum. Sebab yang memakai, menggunakan dan atau memanfaatkan barang dan atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan hanyalah orang alami atau manusia. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya.¹⁵

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha adalah hubungan hukum dan sosial yang sangat penting dalam transaksi perdagangan. Hubungan ini diatur oleh prinsip saling menguntungkan dan perlindungan hukum yang adil bagi kedua belah pihak. Pelaku usaha wajib menghormati hak konsumen dan memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Sebaliknya, konsumen juga harus menggunakan haknya secara benar dan mematuhi kewajiban yang berlaku.

E. Konsep Perlindungan hukum bagi Konsumen

Perlindungan konsumen mencakup segala bentuk perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang bertransaksi dengan pelaku usaha. Hak-hak konsumen diatur oleh hukum agar konsumen dapat terlindungi dari praktik-praktik usaha

¹⁵Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*: Suatu Pengantar, Jakarta: Diadit Media, 2001

yang merugikan. Dalam konteks jual beli *online*, ruang lingkup perlindungan konsumen lebih luas, karena transaksi dilakukan secara digital dan melibatkan produk yang tidak selalu bisa dilihat secara fisik sebelum pembelian. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan deskripsi yang ada di platform, serta hak untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang atau jasa yang akan mereka beli.¹⁶

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan jaminan bahwa hak-hak konsumen akan dihormati dan dilindungi selama proses transaksi. Perlindungan hukum bagi konsumen dapat dibagi menjadi dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.

1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum yang diberikan sebelum terjadinya sengketa. Perlindungan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengajukan keberatan sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif.

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan hukum yang diberikan setelah terjadinya sengketa. Perlindungan ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha.

¹⁶Raka Wicaksono, Andriyanto Adhi Nugroho, dan Rosalia Dika Agustanti. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Indihome Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 8, No. 2, 2021, hal 149-159.

Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh pemerintah melalui aparat penegak hukum untuk melindungi hak-hak setiap orang dari tindakan yang melanggar hukum atau merugikan orang lain. Perlindungan hukum dilakukan melalui mekanisme hukum yang sah, yaitu sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di suatu negara.

Konsep dari perlindungan hukum bagi konsumen dikemukakan oleh Az. Nasution bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.¹⁷ Perlindungan hukum bagi konsumen yang ada di Indonesia di tulis sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan yang dijanjikan. Definisi perlindungan hukum bagi konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang tertulis di Pasal 1 Ayat (1) adalah upaya yang dilakukan negara untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen.¹⁸ Artinya negara melalui aturan hukum berusaha menjamin hak-hak konsumen agar terlindungi dari tindakan yang dapat merugikan mereka dalam kegiatan konsumsi barang dan/atau jasa.

¹⁷Alfina Maharani, dan Adnand Darya Dzikra. “Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)”. *Jemsi Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi* 2, No. 6 202, hal 659-666.

¹⁸Maria Alberta Liza Quintarti. “Bentuk-bentuk Perlindungan Hukum bagi Konsumen Perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999”. *Jurnal Kolaboratif Sains* 7, No. 8, 2024, hal 3161-3167.

Perlindungan hukum bagi konsumen yang diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara konseptual bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, harkat, dan martabat konsumen sebagai subjek hukum yang memiliki hak atas keamanan, kenyamanan, dan kejelasan informasi dalam melakukan transaksi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengemban fungsi pemberdayaan konsumen agar lebih kritis, cerdas, dan berdaya dalam menghadapi dinamika pasar dan praktik bisnis. Konsep perlindungan hukum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mempertegas kepastian hukum dan keterbukaan informasi sebagai fondasi hubungan konsumen dan pelaku usaha yang menanamkan nilai-nilai etika bisnis, seperti kejujuran dan tanggung jawab, sehingga terbentuk iklim usaha yang sehat, berkeadilan, dan berorientasi pada keberlanjutan.¹⁹ Adapun asas-asas perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni:

- a) Asas manfaat: perlindungan konsumen harus memberikan keuntungan sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha
- b) Asas keadilan: memberikan kesempatan yang adil bagi konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan hak dan menjalankan kewajiban secara seimbang.
- c) Asas keseimbangan: menjaga keseimbangan kepentingan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah baik secara materiil maupun moral.

¹⁹Lisda Apriliani Sobirin dan Putri Utami Choeriyah. “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*”. Collegium Studiosum Journal 7, No. 1, 2024, hal 284-289.

- d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen: menjamin bahwa barang dan/atau jasa yang dikonsumsi aman bagi kesehatan dan keselamatan konsumen.
- e) Asas kepastian hukum: menjamin bahwa semua pihak patuh pada hukum dan mendapatkan keadilan serta perlindungan hukum yang jelas dari negara

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga memuat hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang perlindungan hukum yang memuat hak-hak konsumen sebagai berikut:

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

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

Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan mengenai kewajiban konsumen, yaitu:

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

Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan hak atas pelaku usaha sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Pelaku usaha untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

- c. Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam menyelesaikan hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak yang diatur dalam ketentuan konsumen perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan

Konsumen adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dapat ditegaskan konsep dari perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia telah memiliki dasar hukum yang kuat dalam hal perlindungan konsumen yaitu melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang juga didukung oleh peraturan perundang-undangan lainnya. Konsumen sebagai pihak yang rentan dalam transaksi ekonomi perlu mendapatkan perlindungan khusus agar terhindar dari kerugian akibat tindakan pelaku usaha yang tidak beritikad baik. Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dijadikan sebagai pedoman hukum bagi konsumen untuk memperjuangkan hak dan kepentingannya apabila terjadi sengketa atau pelanggaran hak. Sebaliknya, pelaku usaha pun memiliki ruang hukum yang sama jika menghadapi konsumen yang merugikan. Demikian Undang-Undang Perlindungan Konsumen berperan sebagai sarana perlindungan yang adil bagi kedua belah pihak dalam aktivitas jual beli.

Ketika konsumen merasa dirugikan, mereka berhak untuk mengajukan gugatan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui jalur hukum lainnya. BPSK berfungsi sebagai lembaga yang menyediakan alternatif penyelesaian sengketa secara cepat dan efisien tanpa harus melalui proses peradilan yang panjang dan mahal. Penyelesaian sengketa yang adil dan

transparan sangat penting dalam menjaga kepercayaan konsumen terhadap platform jual beli *online* seperti *shopee*.²⁰

F. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Transaksi *Online*

Pelaku usaha, baik individu maupun perusahaan besar yang terlibat dalam transaksi *online*, memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang dijual sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen. Tanggung jawab pertama yang harus dipenuhi adalah memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai produk yang dijual. Penjual wajib memastikan bahwa gambar dan deskripsi produk yang ditampilkan di platform *marketplace* seperti *Shopee* mencerminkan kondisi barang yang sebenarnya. Misalnya, jika barang yang dijual adalah pakaian, maka deskripsi harus mencakup ukuran, warna, bahan, dan informasi lain yang relevan dengan barang tersebut. Jika terjadi ketidaksesuaian antara gambar atau deskripsi dengan barang yang diterima oleh konsumen, penjual bertanggung jawab untuk memberikan solusi yang memadai, seperti pengembalian barang atau penggantian.

Pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual adalah produk yang aman dan berkualitas. Dalam hal ini, penjual harus mematuhi standar yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang, seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk produk makanan atau obat-obatan, atau SNI (Standar Nasional Indonesia) untuk produk lainnya. Produk

²⁰Eka Choirunisa, dan Abdul Mujib. *Penyelesaian Sengketa Pegadaian Syariah Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).*" *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, No. 5, 2023, hal 2344-2365.

yang tidak memenuhi standar kualitas dapat membahayakan konsumen dan berpotensi menimbulkan kerugian yang besar. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib menjaga kualitas barang yang dijual untuk memastikan kepuasan dan keselamatan konsumen.²¹

Selain itu, pelaku usaha juga harus menyediakan fasilitas pengembalian barang jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami cacat. Fasilitas ini penting untuk memberikan rasa aman kepada konsumen. Ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan, konsumen berhak untuk mengembalikan barang dan mendapatkan penggantian atau pengembalian uang. Pelaku usaha harus mempermudah proses ini agar konsumen tidak merasa dirugikan. Kebijakan pengembalian barang yang jelas dan transparan akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform tersebut.

Pelaku usaha juga harus menyediakan layanan purna jual yang memadai. Layanan purna jual ini mencakup berbagai hal, seperti respons terhadap keluhan konsumen, garansi, dan prosedur pengembalian barang. Setiap konsumen yang merasa dirugikan karena produk yang diterima tidak sesuai atau rusak, harus dapat dengan mudah menghubungi penjual untuk mendapatkan penyelesaian yang adil. Penjual yang responsif terhadap keluhan dan cepat memberikan solusi akan

²¹Rayvind Onggianto dan Gatot P. Soemartono. *Pertanggung Jawaban Hukum Terhadap Ketidaksesuaian Informasi dalam Perjanjian Kredit oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan.* *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development* 6, No. 4, 2024, hal 1118-1132.

meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan reputasi mereka di platform *marketplace*.²²

Tanggung jawab pelaku usaha juga mencakup kewajiban untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Di Indonesia, pelaku usaha wajib mengikuti ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU ITE. Kedua undang-undang ini mengatur tentang kewajiban penjual dalam memberikan informasi yang benar, menjaga kualitas produk, dan melindungi hak-hak konsumen. Jika pelaku usaha tidak mematuhi aturan ini, mereka dapat dikenakan sanksi hukum, baik dalam bentuk denda atau tuntutan hukum dari konsumen.

Pelaku usaha juga harus menjaga hubungan yang baik dengan *marketplace* tempat mereka berjualan. *Marketplace*, seperti *Shopee*, memberikan platform bagi penjual untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, penjual harus mematuhi kebijakan yang diterapkan oleh *marketplace* dan bekerja sama untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi konsumen. *Marketplace* juga dapat memberikan panduan atau pelatihan kepada penjual untuk memastikan bahwa mereka mematuhi standar yang ditetapkan.

Kepatuhan terhadap kewajiban ini juga mencakup perlindungan terhadap data pribadi konsumen. Pelaku usaha yang bertransaksi secara *online* harus menjaga kerahasiaan informasi pribadi yang diberikan oleh konsumen, seperti

²²Muh Arhanul Ilham, dan Muh Arafah. "Analisis Perlindungan Hak Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online Di Masa Kini Ditinjau Dalam Perspektif Islam (Studi pada Pengguna Online Shop di Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone)." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu* 8, No. 9, 2024, hal 220.

alamat pengiriman dan informasi pembayaran. Penyalahgunaan data pribadi konsumen dapat merusak reputasi pelaku usaha dan melanggar hukum yang ada. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib memastikan bahwa data pribadi konsumen dilindungi dengan baik.