

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM PERJANJIAN JUAL BELI
PRODUK *SKINCARE* PADA *TIKTOK SHOP***



**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya**

Oleh :

Evelyna Utfhala Dewi

(02011381924292)

Fakultas Hukum

Universitas Sriwijaya

2024

**HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN
MENGIKUTI UJIAN KOMPREHENSIF**

NAMA : EVELYNA UTFHALA DEWI
NIM : 02011381924292
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

JUDUL

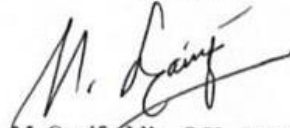
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM PERJANJIAN JUAL BELI
PRODUK *SKINCARE* PADA *TIKTOK SHOP***

Telah Diuji dan Lulus dalam Sidang Komprehensif pada 15 Maret 2024 dan
Dinyatakan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Program
Studi Ilmu Hukum Universitas Sriwijaya

Palembang, 15 Maret 2024

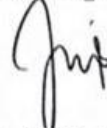
Disejuti oleh:

Pembimbing Utama



Dr. M. Syaifuddin, S.H., M.Hum.
NIP. 197307281998021001

Pembimbing Pembantu



Dian Afrilia, S.H., M.H.
NIP. 198204132015042003



**Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya**

Prof. Dr. Febrian, S.H., M.S.
NIP. 196201311989031001



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Evelyn Utthala Dewi
Nomor Induk Mahasiswa : 02011381924292
Tempat /Tgl.Lahir : Lahat, 26 Januari 2002
Fakultas : Hukum
Strata Pendidikan : S1
Program Studi. : Ilmu Hukum
Program Kekhususan. : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan - bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini juga tidak memuat bahan - bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila terbukti saya telah melakukan hal - hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul di kemudian hari dengan ketentuan yang berlaku.

Palembang, 07 Maret 2024



Evelyna Utthala Dewi
NIM. 02011381924292

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya dari pada pendidikan akhlak yang mulia. “ -HR. Bukhari

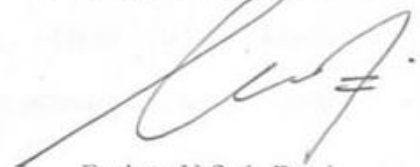
Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Kedua Orang Tua Saya
- ❖ Saudara saya
- ❖ Sahabat – Sahabat saya

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI PRODUK *SKINCARE* PADA *TIKTOK SHOP*" dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum Universitas Sriwijaya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing 1 dan dosen pembimbing 2 yang telah membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat mendukung perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu hukum pidana. Namun, dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Palembang, 07 Maret 2024



Evelyna Utthala Dewi
NIM. 02011381924292

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmaanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr.Febrian, S.H., M.S selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
2. Bapak Mada Apriyandi Zuhir S.h.,M.C.L selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
3. Ibu Vegita Ramadhani Putri S.H.,S.Ant.,M.A.,LL.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
4. Bapak Dr. Zul Hidayat S.H.,M.H selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
5. Bapak Dr. Muhammad. Syaifuddin, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Utama, atas segala waktu, tenaga, pikirannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;

6. Ibu Dian Afrilia,S.H.,M.H. selaku Pembimbing Kedua Skripsi, terima kasih atas semua saran yang telah diberikan serta berbagai bentuk kebaikan berharga lainnya bagi penulis.
7. Bapak Agus Santoso,S.H.,M.M. dan Ibu Nela Herawati selaku kedua orang tua saya yang selalu memberi semangat dan memberi dukungan yang tidak terhingga serta memberikan doa yang terbaik kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Kakak saya Mochamad Rizky Fathony,A.Md.A.Pj. yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini
9. Leo Pandeka selaku teman dekat saya yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan yang selalu memberi dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini
10. Nurma, Hafiz keluarga yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada saya dalam penggarapan skripsi ini
11. Sahabat saya yang telah menjadi pendengar yang baik atas keluh kesah saya selama menempuh perkuliahan ini dari awal sampai akhir Woro Nabillah, Alang Hardika, Dwi Shinta
12. Teman – teman seperjuangan dalam menempuh skripsi dan menemani perjalanan kuliah ini Farisa, Sofia, Hafezhah, Nanda, Adel, Cindy, Anggi, Farhan, Reyhan, Mahesa dan masih banyak teman lainnya

13. Bapak Aprizal dan Bapak Dedi selaku satpam FH yang selalu memberi info akan adanya dosen di kampus dan selalu memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini
14. Teman – teman seperjuangan di Fakultas Hukum UNIVERSITAS SRIWIJAYA yang tidak bisa di sebutkan satu - persatu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
F. Kerangka Teori.....	8
1. Teori Perlindungan Hukum.....	8
2. Teori Perlindungan Konsumen	10
3. Teori Perjanjian.....	12
G. Metode Penelitian	14
1. Jenis Penelitian.....	14
2. Pendekatan Penelitian	14
3. Jenis dan Sumber Data.....	15
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	18
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	26
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	26
2. Pengaturan Tentang Perlindungan Konsumen.....	28
C. Tinjauan Umum Tentang Konsumen	35
1. Pengertian Konsumen	35
2. Hak dan Kewajiban Konsumen	38
D. Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha	39
1. Pengertian Pelaku Usaha.....	39
2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	40

3. Larangan Pelaku Usaha.....	43
E. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum	47
1. Pengertian Perlindungan Hukum	47
BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan dalam Transaksi Jual Beli Online atau <i>E-Commerce</i> Melalui Aplikasi <i>TikTokShop</i>	50
B. Pertanggungjawaban Dari Pihak Aplikasi <i>TikTokShop</i> terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli <i>Online/E-Commerce</i> melalui Aplikasi <i>TikTokShop</i>	64
C. Pertanggung Jawaban Hukum Aplikasi <i>Titok Shop</i> Terhadap Produk <i>Skincare</i> yang Tidak Sesuai Dengan Iklan dan Merugikan Konsumen di dalam Aplikasi <i>TikTok Shop</i>	76
BAB IV : PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83

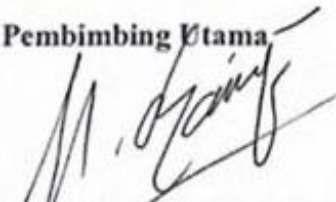
ABSTRAK

Tujuan penelitian ialah untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum yang diperoleh konsumen atas pengiriman barang tidak sesuai pesanan melalui aplikasi TikTok Shop dan pertanggungjawaban serta pengenaan sanksi hukum dari pihak aplikasi TikTok Shop atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat pengiriman barang tidak sesuai pesanan. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian yuridis normatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengiriman barang tidak sesuai pesanan dalam transaksi jual beli online telah melanggar hak konsumen dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, yakni hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan. Akibat dari pelanggaran hak tersebut menimbulkan hak untuk menuntut ganti kerugian ataupun kompensasi kepada pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan hukum kepada konsumen. bentuk pertanggungjawaban terhadap perbuatan pengiriman barang tidak sesuai pesanan yang mengakibatkan kerugian konsumen ialah pemberian ganti rugi ataupun kompensasi kepada konsumen, berupa pengembalian barang (*retur*) dan/atau pengembalian dana (*refund*). Apabila pihak pelaku usaha yang diwajibkan untuk memberikan ganti kerugian menolak untuk member ganti rugi, maka dapat dikenakan sanksi perdata, sanksi pidana ataupun sanksi administratif berdasarkan peraturan yang berlaku.


Kata kunci: *Perlindungan Konumen, Transaksi Jual Beli Online. Tanggung Jawab Pelaku usaha*

Palembang, 28-2-2024

Pembimbing Utama

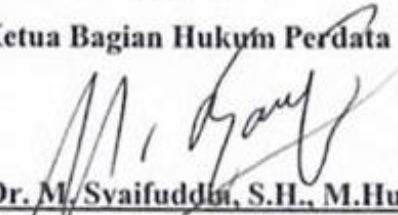

Dr. M. Syaifuddin, S.H., M.Hum.
NIP. 97307281998021001

Pembimbing Pembantu


Dian Afyilia, S.H., M.H.
NIP. 198204132015042003

Mengetahui,

Ketua Bagian Hukum Perdata


Dr. M. Syaifuddin, S.H., M.Hum.
NIP. 97307281998021001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital secara pesat memberikan kemudahan bagi pengguna sosial media dalam berbagai bidang. Sosial media dijadikan sebagai wadah berkomunikasi baik dengan keluarga maupun dengan teman, tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, namun saat ini juga dijadikan untuk bidang perdagangan secara *online* serta untuk mempromosikan dagangannya.

Promosi memiliki posisi yang penting dalam kebijakan ekonomi terutama dalam kaitannya dengan pemasaran. Setiap perusahaan selalu menyediakan dana khusus untuk keperluan periklanan yang tidak sedikit, ada promosi yang berhasil membuat daya tarik terhadap konsumen. Sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang diiklankan dan promosi merupakan tujuan utama sebagian besar pemasaran bagi pelaku usaha. Promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi pemasaran, pada periklanan dan penjualan dapat juga membuat konsumen dan anggota distribusi untuk membeli barang atau jasa, baik dengan harga yang rendah maupun dengan harga yang tinggi.¹

¹ Lamb, Charles.W., et al, 2001, *Pemasaran, Salemba Empat*, Jakarta, hlm. 9

TikTok merupakan media sosial dengan pengguna yang banyak saat ini sehingga menjadi trending untuk digunakan bisnis *online*. Indonesia ialah salah satu negara dengan pengguna terbesarnya. Aplikasi *TikTok* pada awalnya merupakan aplikasi yang berisikan konten video kemudian telah berkembang dengan ditambahkannya fitur berbelanja *online* yang diberi nama *TikTok Shop*. Dengan adanya *TikTok Shop* ini membuat banyak pebisnis menjadikan *TikTok* sebagai sarana untuk melakukan jual beli secara *online* dikarenakan *TikTok* memiliki pangsa pasar yang luas dan menjadi aplikasi yang sedang trending di kalangan masyarakat. Aplikasi tersebut memfasilitasi seseorang dalam memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya dengan tujuan agar konsumen terangsang untuk melihat produk tersebut melalui suatu unggahan video dengan lagu sebagai latar suaranya yang telah disediakan dalam aplikasi². Pengguna yang menggunakan *TikTok Shop* dapat berbelanja melalui aplikasi *TikTok* langsung tanpa berpindah ke aplikasi lain untuk menuntaskan transaksi akan produk yang diinginkan.

Dalam melakukan promosi tidak hanya dilakukan dengan *personal selling*, yakni melakukan promosi secara langsung oleh pemilik barang atau jasa atau dilakukan sendiri oleh pengusaha, akan tetapi juga bisa dilakukan dengan cara *digital marketing* melalui media sosial salah satunya *TikTok*.

² Nufus, Hayatun, and Trisni Handayani. "Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial *TikTok* Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada *TN Official Store*)."*Jurnal EMT KITA* 6, no. 1 (2022): hlm.22

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi *TikTok Shop* tersebut membuat konsumen meningkat, beberapa alasannya yaitu praktis, sistem pembayarannya mudah, waktu lebih efisien, serta terdapatnya promo ditawarkan dari aplikasi ke konsumen melimpah, namun diluar hal tersebut memanfaatkan teknologi internet dalam melaksanakan transaksi secara *online* juga memiliki efek negatifnya bagi konsumen, dikarenakan melakukan suatu pembelian dengan *media online* yang secara logis tidak bertemu secara kontak dapat memungkinan terjadinya sesuatu kecurangan dan kelalaian yang menjadi aspek penting dimana harus dilakukan penindakan tegas karena cenderung merugikan konsumen³. Salah satu bentuk kecurangan yang paling marak terjadi adalah berkaitan dengan kualitas barang yang dipromosikan dimana tidak sesuai dengan diterima oleh konsumen. Mengenai kualitas yaitu suatu kompetensi yang produk miliki dalam memenuhi keperluan yang diinginkan oleh konsumen, sehingga kualitas barang merupakan hal yang sangat krusial dan perlu diperhatikan, apalagi jika itu melalui media online maka resiko akan kualitas dari suatu barang sangat perlu diperhatikan.

Jual-beli adalah suatu perjanjian dimana suatu pihak mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diperjanjikan. Sedangkan menurut Pasal 1457 KUHPerdara, pengertian jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu

³ Khotimah, Cindy Aulia, and Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)." *Business Law Review*. Volume One (2014): hlm. 15.

mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan, serta menurut Salim H.S, perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pihak pembeli. Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan obyek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima obyek tersebut. ⁴Perjanjian jual beli juga diatur dalam KUHPerdara pada Pasal 1457 sampai dengan 1540.

Pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap barang atau jasa tidak lepas dari adanya konsumen selaku pengguna barang atau jasa. Dalam proses jual beli konsumen berada pada posisi yang lemah, maka perlu adanya perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen diatur di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat dengan UU Perlindungan Konsumen), pada Pasal 1 angka (1) menyatakan bahwa: Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Lalu pada Pasal 4 angka (3) menyatakan bahwa: konsumen memiliki hak dalam memperoleh informasi yang sebenarnya terkait keadaan serta jaminan barang yang digunakan. Pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat dengan UU ITE) pada Pasal 45A ayat (1) menyatakan bahwa: setiap orang yang dengan sengaja tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang

⁴ Salim H.S, 2003, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, Hlm 49

mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Perkembangan teknologi yang terus meningkatkan sistem perdagangan, yang membuat para pelaku usaha semakin kreatif untuk mempromosikan produk yang ditawarkan kepada masyarakat melalui media sosial, dengan influencernya. Pada platform tiktok terdapat fitur cara pengembalian barang serta fitur chat dengan akun pengguna Tiktok Shop, namun pada kenyataannya masih ada pelaku usaha yang menggunakan Tiktok Shop tidak merespon permasalahan konsumen terhadap adanya produk yang salah pada pengiriman dan pelaku usaha yang tidak memiliki tanggung jawab terhadap hal tersebut.

Seperti hal yang dialami salah seorang costumer melalui unggahan dari akun tiktok @nurnnyas bercerita pengalaman pribadinya dalam membeli sebuah produk skincare di salah satu toko melalui aplikasi Tiktok Shop ternyata skincare yang beli tersebut belum BPOM sehingga menyebabkan kerusakan pada kulit konsumen , ketika diminta pertanggung jawabanya toko tersebut tidak merespon.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dari itu peneliti tertarik menyajikan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Produk *Skincare* Pada *Tiktok Shop*”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditarik permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, adapun rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk *skincare* yang tidak sesuai dengan yang diiklankan dalam aplikasi *Tiktok Shop*?
2. Bagaimanakah pertanggung jawaban hukum pelaku usaha terhadap produk *skincare* yang tidak sesuai dengan iklan dan merugikan konsumen di dalam aplikasi *Tiktok Shop*?
3. Bagaimanakah pertanggung jawaban hukum aplikasi pihak *Tiktok Shop* terhadap produk *skincare* yang tidak sesuai dengan iklan dan merugikan konsumen di dalam aplikasi *Tiktok Shop*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum atas produk *skincare* yang tidak sesuai dengan yang diiklankan dalam aplikasi *Tiktok Shop*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pertanggung jawaban hukum pelaku usaha terhadap produk *skincare* yang tidak sesuai dengan iklan dan merugikan konsumen di dalam aplikasi *Tiktok Shop*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis kepada banyak orang, yaitu :

3. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penulisan skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu hukum dalam bidang hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam jual beli secara *online*.

4. Manfaat Praktis

Dengan adanya skripsi ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk pihak-pihak terkait seperti:

a. Bagi Konsumen

Diharapkan dengan adanya penelitian ini diharapkan konsumen bisa mengerti untuk mendapatkan haknya sesuai Undang Undang No.08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b. Bagi Pelaku Usaha

Memberikan informasi kepada pelaku usaha tentang pentingnya untuk memenuhi hak konsumen seperti yang tercantum pada Undang Undang No.08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

c. Bagi Pengelola Aplikasi *TiktokShop*

Diharapkan adanya penelitian ini diharapkan pengelola aplikasi *TiktokShop* lebih memperhatikan kepada pelaku usaha untuk lebih teliti dalam mengiklankan produknya.

d. Bagi Masyarakat.

Dengan penelitian ini diharapkan masyarakat lebih menyadari haknya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Mengingat luasnya jangkauan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum, maka perlu diadakan batasan ruang lingkup pembahasan agar analisis lebih terarah sehingga memperoleh tujuan analisisnya. Sehubungan dengan itu, sesuai dengan permasalahan dalam penulisan ini maka ruang lingkup penelitian dibatasi pada :

1. Perlindungan Hukum
2. Pertanggung jawaban

F. Kerangka Teori

Adapun teori yang penulis gunakan sebagai dasar dari analisis untuk fenomena didalam penelitian ini antara lain :

1. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang telah dirugikan oleh orang lain dan perlindungan tersebut di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberi oleh hukum.⁵

⁵ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum* , PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm.54

Menurut Muchsin, perlindungan hukum adalah suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang undangan yang berlaku dan pelaksanaannya dipaksakan dengan suatu sanksi.

Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan yang diberi oleh pemerintah yang bertujuan mencegah terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat pada peraturan perundang undangan dengan maksud untuk mencegah sesuatu serta memberikan rambu-rambu dalam melaksanakan suatu kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan akhir berupa sanksi atau hukuman seperti denda, penjara, serta hukuman tambahan apabila telah terjadi pelanggaran atau telah terjadi sengketa.⁶

Menurut Phillipus M. Hadjon, sarana perlindungan hukum ada dua macam, yaitu:

a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberi kesempatan untuk mengajukan pendapatnya atau keberatan sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya untuk mencegah terjadinya sengketa.

⁶ *Ibid*, hlm.20.

Perlindungan hukum preventif sangat berarti bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak, karena dengan adanya perlindungan hukum preventif pemerintah terdorong untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada aturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.

b. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori dalam perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Prinsip ini dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia yang mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.⁷

2. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul

⁷ Philipus M. Hadjon. Op Cit. hlm. 30.

dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung maupun secara online seperti yang kini kian marak. Walaupun adanya transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan.

Dalam pertimbangan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan, bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materil dan spritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Oleh karena itu, maka pembangunan perekonomian nasional harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.⁸ Berdasarkan pertimbangan diatas diperlukan perangkat perundang-undangan untuk

⁸ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 191

mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat.

Undang-undang yang dimaksudkan adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hukum perlindungan konsumen menurut Janus Sidabalok dalam bukunya yang berjudul hukum perlindungan konsumen di Indonesia, diterbitkan oleh Citra Aditya Bakti, 2006 adalah hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Hukum perlindungan konsumen menurut Janus mengatur hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, serta cara-cara mempertahankan hak-hak dan menjalankan kewajiban tersebut.

3. Teori Perjanjian

Menurut Pasal 1313 KUHPerdara, “ Perjanjian merupakan suatu perbuatan antara satu orang atau lebih dengan mengikatkan dirinya dengan satu orang atau lebih”. Sebelum melakukan perjanjian, para pihak harus memenuhi syarat sah perjanjian terlebih dahulu sesuai dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang mana syarat perjanjian haruslah cakap, sepakat, ada objek tertentu, dan ada kausa yang halal. Perjanjian mengikat pada saat detik terjadinya kesepakatan menurut asas konsensualisme. Di dalam perjanjian yang sah, kesepakatan tersebut memiliki kekuatan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya menurut Pasal 1338 KUHPerdara. Kata sepakat

dapat berbentuk dengan cara lisan, tertulis (akta otentik maupun akta dibawah tangan), maupun surat tanda tertentu. Terdapat 4 (empat) teori mengenai kapan terjadinya kesepakatan, yaitu :

a. Teori ucapan atau pernyataan (*uittingstheorie*)

Menurut teori ucapan atau pernyataan ini, kesepakatan terbentuk ketika para pihak menerima dan telah menyetujui surat penerimaan penawaran tersebut.

b. Teori pengiriman (*verzendentheorie*)

Menurut teori ini, kesepakatan terbentuk ketika para pihak menerima kehendak yang dinyatakan telah menerima tawaran.

c. Teori penerimaan (*venemingstheorie*)

Teori penerimaan ini menyatakan bahwa kesepakatan terbentuk ketika penawaran tersebut telah diterima oleh pihak yang menerima tawaran.

d. Teori pengetahuan (*ontvangstheorie*)

Teori ini, kesepakatan terbentuk ketika adanya pihak yang mengajukan penawaran dan mengetahui adanya penerimaan penawaran tersebut.⁹

⁹ R. Joni Bambang, *Hukum Ketenagakerjaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 87.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif pada hakikatnya mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai norma yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang, pendekatan yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundangundangan yang bersangkutan dengan penelitian ini.

2. Pendekatan Penelitian

- 1) Pendekatan Perundang-Undangan
- 2) Pendekatan perundang-undangan. Penulisan hukum ini dimaksudkan untuk memahami sekaligus menganalisis secara komprehensif hirarki peraturan perundang-undangan dan asas-asas dalam peraturan perundang-undangan. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang terjadi.¹⁰
- 3) Pendekatan kasus (*case approach*)

Pendekatan kasus dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan yang tetap.¹¹

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm 133.

¹¹ *Ibid*

3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan tiga sumber data, data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

- 1) KUHPerdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- 5) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik
- 6) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

b. Bahan Hukum Sekunder

Soerjono Soekanto menyatakan bahwa bahan hukum sekunder adalah bahan yang kuat kaitannya dengan bahan hukum primer dan bisa membantu menganalisis hingga mendapatkan uraian terhadap bahan hukum primer

seperti buku, tulisan para ahli, hasil karya ilmiah dan juga hasil penelitian. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, tulisan para ahli, hasil karya ilmiah, hasil penelitian dan lain sebagainya.¹²

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang memberi pedoman dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan tersier ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Hukum, Ensiklopedia, serta bahan-bahan dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.¹³

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam hal ini, pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan atau disebut juga penelitian normatif. Jenis penelitian ini melibatkan melihat data sekunder atau literatur, juga dikenal sebagai bahan referensi di bidang hukum atau referensi di bidang hukum. Kajian terhadap sumber atau bahan tertulis yang dapat digunakan untuk penulisan skripsi ini adalah metode penelitian kepustakaan. berupa kutipan sejumlah buku, argumentasi yang dikemukakan oleh sarjana hukum ternama, artikel yang dimuat di surat kabar dan majalah, dan sebagainya.¹⁴

12 Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), hlm.196.

13 Soerjono Soekanto Dkk, *Penelitian Hukum Normatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 13.

14 *Ibid*

5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Data yang dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan disusun dalam suatu pola, kategori, dan uraian mendasar. Analisis data penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kualitatif terhadap semua data sekunder yang diperoleh guna memberikan solusi terhadap permasalahan penelitian.¹⁵ Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan metode induktif, yaitu cara berpikir berdasarkan fakta-fakta umum. Selanjutnya, kesimpulan khusus ditarik untuk saran masa depan. Data akan disajikan dengan gaya bahasa penulis sendiri agar mudah dipahami dan menjawab permasalahan pada bab selanjutnya.¹⁶

6. Teknik Penarikan Kesimpulan

Teknik penarikan kesimpulan dalam penulisan Penelitian ini untuk memberikan Pemikiran yang secara deduktif mampu memberikan penjelasan dari permasalahan yang telah dirumuskan dari pembahasan yang terlihat umum menjadi pembahasan yang khusus, dengan demikian pada kesimpulan penulisan skripsi ini akan memberikan kejelasan bagaimana penyelesaian dari permasalahan yang menjadi persoalan masyarakat yang diwakilkan dalam penelitian ini.¹⁷

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ *Ibid*

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Amirrudin dan Zainal Asikin. 2018. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,.

Frederik, Wulanmas. 2010. *Aktualisasi Hukum Perlindungan Konsumen*, Semarang : Universitas Diponegoro.

Joenadi Efendi. Dkk. 2016. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Jakarta: Kencana.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi 1, Cetakan ke-7, Jakarta : Sinar Grafika.

Miru, Ahmadi. 2013. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi 1, Cetakan ke-2, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Muhammad, Abdulkadir. 2017. *Hukum Perdata Indonesia*, Cetakan ke-5, Bandung : PT Citra Aditya Bakti.

Rahardjo Satjipto. 2000. *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Simanjuntak, P. N. H. 2016. *Hukum Perdata Indonesia*, Cetakan ke-2, Jakarta : Prenada Media Group.

Soedaryo Soimin. 2014. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Sinar Grafika, Cet. Ketiga belas Jakarta.

Soerjono Soekamto. 2006. *Pengantar Penelitian Hukum*. UI : Press. Jakarta.

Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani. 2000 . *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Perubahan atas

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan melalui Sistem Elektronik

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Pengangkutan Jalan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Putusan

Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor :350/Mpp/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Jurnal

Hamidi S. dkk. 2013. Bukti Elektronik Dalam Sistem Pembuktian Pidana. Kanun:

Jurnal Ilmu Hukum Vol.1 No. 1

Korah, Revy S. M. (2013). Mediasi Merupakan Salah Satu Alternatif Penyelesaian

Masalah dalam Sengketa Perdagangan Internasional. *Jurnal Hukum*

Unsrat Vol. 12 No. 3, April-Juni.

Mario Julyano. Juli 2019. Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui

Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum. *Jurnal Crepido*. Vol. 1 No. 1.

Sayyid Muhammad Z. A. dkk. 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen* PT.

PLN (PERSERO) Balikpapan Terkait Adanya Pemadaman Listrik. *Jurnal*

Lex Suprema. Vol. 2 No 1.

Situs

Kompas.com. (2022, September 25). Orang Indonesia Makin Gemar Belanja

Online lewat Media Sosial, Terbanyak di TikTok Shop. Diakses pada

tanggal 16 Februari 2023 dari <https://tekno.kompas.com/read/2022>

/09/25/08000077/orang-indonesia-makin-gemar-belania-online-lewat-

media-sosial-terbanyak-di