



**TANGGUNG JAWAB HUKUM GRAB TOKO TERHADAP
KONSUMEN DALAM JUAL BELI *ONLINE***

*Grab Toko's Legal Responsibilities to Consumers in Buying and
Selling Online*

SKRIPSI

Oleh:

**SURYA INDAH WULAN DARMAWAN
NIM. 170710101393**

**BAGIAN HUKUM PERDATA
FAKULTAS HUKUM**

2022



**TANGGUNG JAWAB HUKUM GRAB TOKO TERHADAP
KONSUMEN DALAM JUAL BELI *ONLINE***

*Grab Toko's Legal Responsibilities to Consumers in Buying and
Selling Online*

SKRIPSI

Oleh:

SURYA INDAH WULAN DARMAWAN

NIM. 170710101393

**BAGIAN HUKUM PERDATA
FAKULTAS HUKUM**

2022

MOTTO

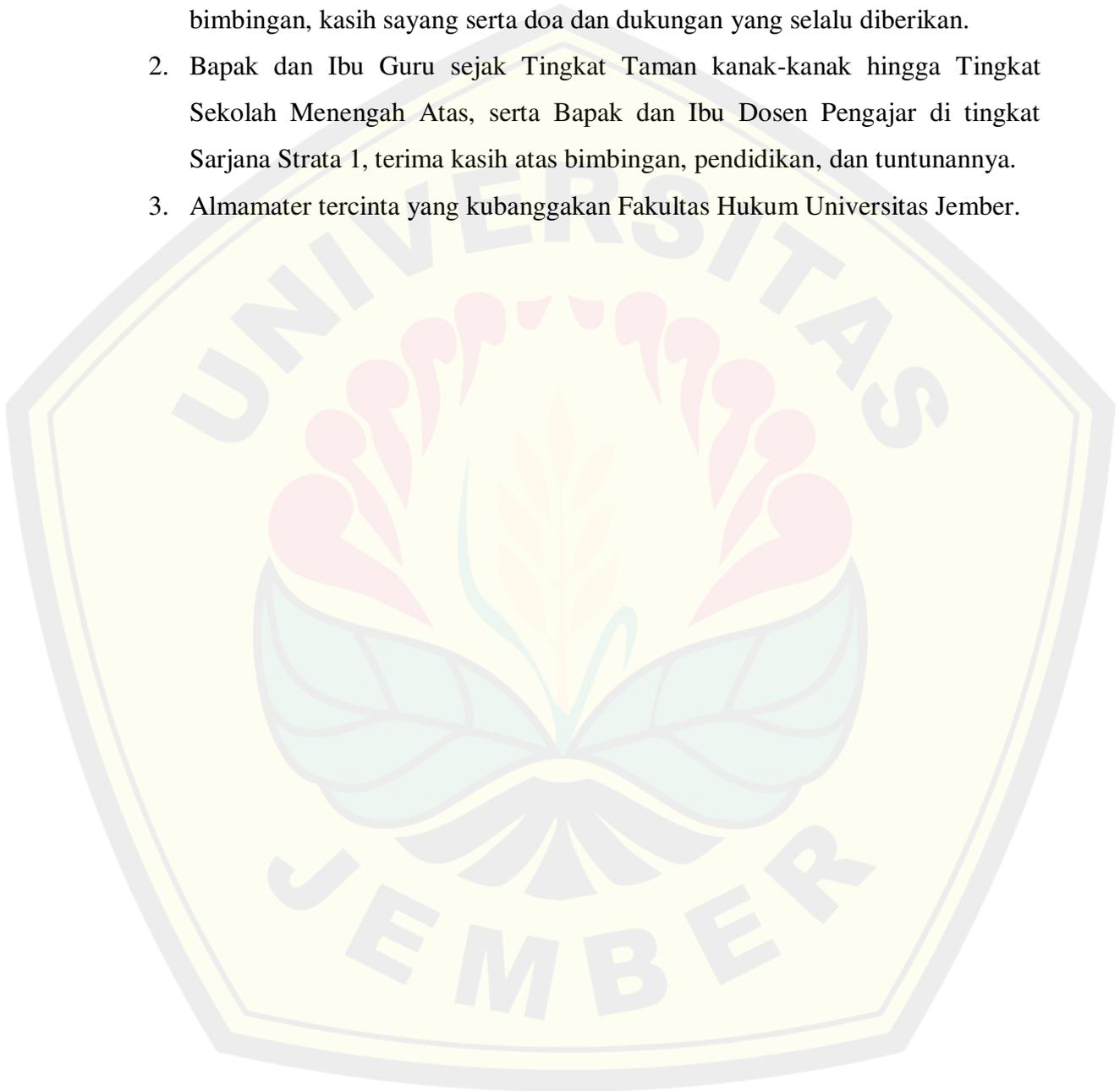
“Hidup bukan sebuah eksperimen, tetapi sebuah tanggung jawab.”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tuaku tercinta, Bapak Erwan serta Ibu Ningsih terima kasih atas segala bimbingan, kasih sayang serta doa dan dukungan yang selalu diberikan.
2. Bapak dan Ibu Guru sejak Tingkat Taman kanak-kanak hingga Tingkat Sekolah Menengah Atas, serta Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di tingkat Sarjana Strata 1, terima kasih atas bimbingan, pendidikan, dan tuntunannya.
3. Almamater tercinta yang kubanggakan Fakultas Hukum Universitas Jember.



PERSYARATAN GELAR

**TANGGUNG JAWAB HUKUM GRAB TOKO TERHADAP KONSUMEN
DALAM JUAL BELI *ONLINE***

*Grab Toko's Legal Responsibilities to Consumers in Buying and
Selling Online*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada
Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember

DISUSUN OLEH:

**SURYA INDAH WULAN DARMAWAN
NIM. 170710101393**

**BAGIAN HUKUM PERDATA
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2022**

PERSETUJUAN

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL : RABU, 09 NOVEMBER 2022**

OLEH :

Dosen Pembimbing Utama :



**Edi Wahjuni, S.H., M.Hum
NIP. 19681230 200312 2 001**

Dosen Pembimbing Anggota :



**Rhama Wisnu Whardana, S.H., M.H
NIDN. 760012482**

PENGESAHAN

Proposal berjudul “ Tanggung Jawab Hukum Grab Toko Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online*” telah disetujui pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 9 November 2022

Tempat : Fakultas Hukum Universitas Jember

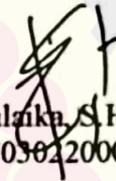
Panitia Penguji

Ketua,

Sekretaris,



I Wayan Yasa, S.H., M.H
NIP: 196010061989021001



Emi Zulanka, S.H., M.H.
NIP: 197703012000122001

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II



Edi Wahjuni, S.H., M.Hum
NIP. 196812302003122001



Rhama Wisnu Whardana, S.H., M.H
NIP. 760012482

Mengesahkan,
Dekan,



PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

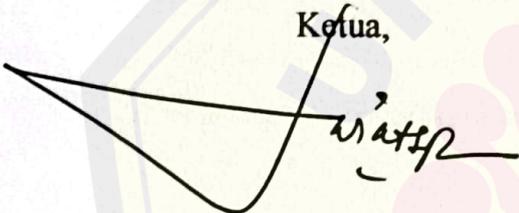
Hari : Rabu
Tanggal : 09
Bulan : November
Tahun : 2022

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember,

Panitia Penguji

Ketua,

Sekretaris,


I Wayan Yasa, S.H., M.H
NIP: 196010061989021001


Emi Zulrika, S.H., M.H.
NIP: 197703022000122001

Anggota Penguji

Edi Wahjuni, S.H., M.Hum
NIP: 196812302003122001


Rhama Wisnu Whardana, S.H., M.H
NIP: 760012482

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Surya Indah Wulan Darmawan

NIM : 170710101393

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa karya ilmiah dengan judul **“Tanggung Jawab Hukum Grab Toko Terhadap Konsumen dalam Jual Beli *Online*”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam hal pengutipan substansi yang disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isisnya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan ini tidak benar.

Jember, 09 November 2022

Yang menyatakan




Surya Indah Wulan Darmawan
NIM. 170710101393

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini yang berjudul **“Tanggung Jawab Hukum Grab Toko Terhadap Konsumen dalam Jual Beli *Online*”**, dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Jember.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini antara lain:

1. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan petunjuknya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
2. Bapak Rhama Wisnu Wardhana, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah bersedia meluangkan waktu serta menyumbangkan pikiran untuk membimbing dan memberikan petunjuknya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
3. Bapak I Wayan Yasa., S.H., M.H., selaku Ketua Penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberi masukan skripsi ini sehingga penulisan ini menjadi lebih baik;
4. Ibu Emi Zulaika, S.H., M.H., selaku Sekretaris Penguji yang juga bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberi masukan skripsi ini sehingga penulisan ini menjadi lebih baik;
5. Prof. Dr. Bayu Dwi Anggono, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Bapak I Gede Widhiana Suarda, S.H., M.Hum., Ph.D., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Jember, Dr. Iwan Rachmat Soetjono, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Jember, dan Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember;

7. Ibu Nuzulia Kumala Sari, S.H.,M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Bapak dan Ibu Dosen, Civitas Akademika, dan seluruh karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember atas segala ilmu dan pengetahuan serta pengalaman yang telah diberikan;
9. Kedua Orang Tua penulis, Bapak Erwan dan Ibu Ningsih atas segala kasih sayang, doa, serta dukungan dan bimbingan nya;
10. Keluargaku yang tercinta adik-adik, nenek dan kakek, tante dan om atas kasih sayang, doa, dan dukungannya selama ini;
11. Teman-temanku selama di perkuliahan yang memberi dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, sisin, elsa, ika, indah, hendra, aldy, wanda dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu;
12. Teman-teman seperjuangan anya, firda, zainal, mely, pat, naila, intan, aida, fariza, dema dan terimakasih untuk fahmi akbar maulana yang menemani dan memberikan semangat selama ini;
13. Semua pihak yang turut serta membantu kelancaran skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebajikannya mendapat imbalan dari Allah SWT, dan penulis juga menerima segala kritik serta saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini dan penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Jember, 09 November 2022

Yang menyatakan,

Penulis

RINGKASAN

Sejak dikenalnya internet di Indonesia, internet telah memunculkan perdagangan model baru, dan dibalik sistem perdagangan baru tersebut tidak sedikit peraturan-peraturan lama tidak berlaku pada sistem yang baru tersebut. Dengan adanya Pasal 1 angka 1 UUPK No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen sehingga banyaknya pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut diantaranya yang ramai dengan banyak pengaduan pada grab toko yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat pengaduan untuk kasus penipuan grab toko yang masuk dalam satu hari melampaui 100 laporan.¹ Grab toko yang memberikan janji-janji promosi diskon besar-besaran sehingga banyaknya konsumen yang termakan akan janji-janji dengan mentransfer sejumlah uang untuk mendapatkan barang elektronik tersebut. Tergiuur janji-janji promosi diskon, konsumen yang memesan dan membayar barang elektronik di grab toko, namun pesannya tak kunjung sampai. Tim Advokasi BPKN RI sudah melakukan investigasi lapangan ke kantor grab toko yang ada, namun tidak ditemukan adanya perusahaan grab toko. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kajian dan pembahasan lebih lanjut dalam karya tulis ilmiah yang berbentuk skripsi dengan judul **“Tanggung Jawab Hukum Grab Toko Terhadap Konsumen dalam Jual Beli Online”**

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang timbul yaitu *pertama*, bagaimana tanggung jawab grab toko terhadap konsumen yang dirugikan dalam jual beli *online*. *Kedua*, apa upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen kepada pihak grab toko dalam jual beli *online*.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Jember, mengetahui dan memahami tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu yuridis normatif yang dilakukan dengan mengkaji kaidah-kaidah atau norma-norma hukum yang berlaku serta mengkaji bahan-bahan pustaka yang berisi konsep teoritis terkait isu hukum yang dibahas dalam skripsi ini. Pendekatan masalah yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini yaitu pendekatan Undang-Undang dan Pendekatan konseptual. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan tersebut untuk menganalisis dan memecahkan isu yang dihadapi. Bahan hukum yang digunakan penulis adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

Hasil pembahasan dari skripsi ini adalah *pertama*, pelaku usaha yakni pemilik grab toko menawarkan jasa kepada konsumen akan tetapi pihak grab toko tidak melakukan kewajibannya sebagai pelaku usaha. Tanggung Jawab Pemilik Grab

¹ <https://ekbis.sindonews.com/read/297638/34/korban-grab-toko-bikin-100-laporan-bpkn-sebut-tanggung-jawab-kemenkominfo-jakarta> diakses pada tanggal 10 november 2022 pukul 22.00 WIB

toko dalam hal Konsumen mengalami kerugian terkait barang yang tidak sampai kepada konsumen. Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen terdapat 2 Pasal tentang hak konsumen yang sering dilanggar pelaku usaha dalam grab toko yakni adalah : Pasal 4 huruf a. “hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa” Pasal 4 huruf c. “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;”. *Kedua*, Wanprestasi yang telah dilakukan oleh pihak penjual dalam hal ini ialah pihak dari grab toko ini termasuk dalam bentuk Penjual melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat yang dimana pihak dari grab toko ini tidak kunjung memberikan barang yang diperjanjikan kepada pihak pembeli terlalu lama dari tanggal yang diperjanjikan.

Kesimpulan dari skripsi ini adalah *Pertama*, pihak grab toko bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen bahwa konsumen berhak kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa dan mendapatkan kompensasi. *Kedua*, upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen terhadap pihak grab toko dalam jual beli *online* dapat diselesaikan melalui jalur litigasi maupun non litigasi.

Saran dari skripsi ini adalah *Pertama*, Bagi pihak pelaku usaha seharusnya memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terhadap segala sesuatu yang disampaikan melalui tawaran atau promosi karena informasi ini yang akan dijadikan pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk agar tidak dirugikan. *Kedua*, konsumen harus lebih selektif dalam melakukan transaksi di grab toko dan mengedepankan aspek keamanan dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama.

SUMMARY

*Since the introduction of the internet in Indonesia, the internet has given rise to a new model of commerce, and behind the new trading system, many old regulations do not apply to the new system. With the existence of Article 1 point 1 UUPK No. 8 of 1999 states that Consumer Protection is all efforts that guarantee legal certainty to provide protection to consumers so that many business actors violate these provisions including those who are busy with many complaints on Grab Toko, namely the right to correct, clear, and honest information regarding the condition of the consumer. and guarantee of goods and/or services. The Indonesian National Consumer Protection Agency (BPKN) has recorded complaints for shop grab fraud cases that have exceeded 100 reports in one day. grab the store that gives promises of massive discount promotions so that many consumers are consumed by promises by transferring some money to get these electronic goods. Tempted by promises of discount promotions, consumers who order and pay for electronic goods at grab stores, but the orders never arrive. The BPKN RI Advocacy Team has conducted a field investigation into the store grab office, but no store grab company was found. Based on this description, the author is interested in conducting further studies and discussions in a scientific paper in the form of a thesis with the title "**Grab Toko's Legal Responsibility for Consumers in Buying and Selling Online**"*

Based on this background, the problems that arise are first, how is the responsibility of grab stores to consumers who are disadvantaged in buying and selling online. Second, what settlement efforts can be made by consumers to the grab store in buying and selling online.

The purpose of writing this thesis is to fulfill one of the requirements in obtaining a Bachelor of Law degree at the University of Jember, to know and understand the legal responsibilities of business actors to consumers.

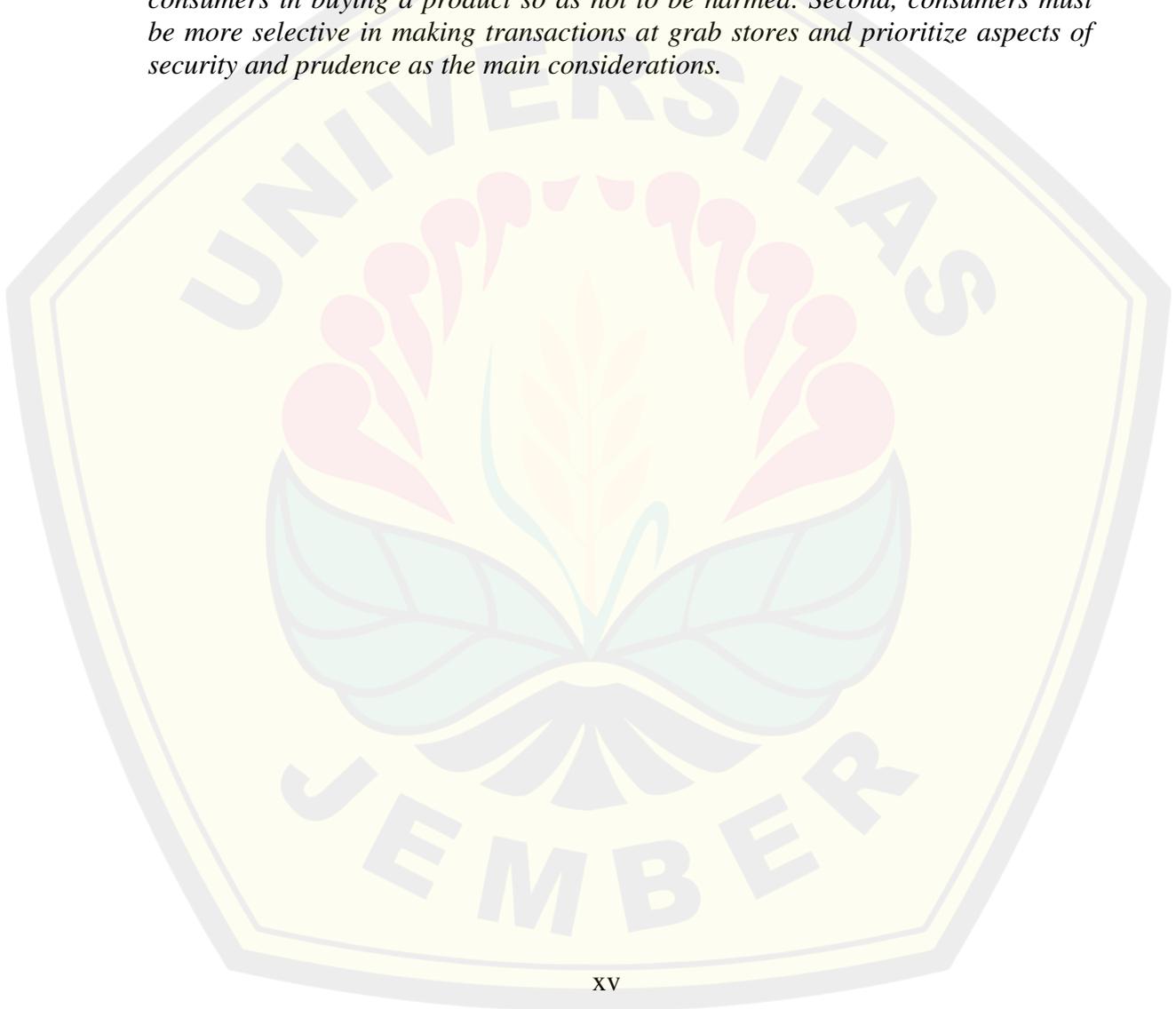
The research method used in writing this thesis is normative juridical which is carried out by reviewing applicable legal rules or norms and reviewing library materials containing theoretical concepts related to legal issues discussed in this thesis. The problem approach used in the preparation of this thesis is the legal approach and the conceptual approach. In this study, the author will use this approach to analyze and solve the issues at hand. The legal materials used by the author are primary legal materials and secondary legal materials.

The results of the discussion of this thesis are first, the business actor, namely the owner of the grab shop, offers services to consumers, but the business actor violates his rights and obligations. The responsibility of the Grab store owner in the event that the Consumer suffers a loss related to goods that do not reach the hands of consumers. Based on Article 4 of the Consumer Protection Law, there are 2 articles regarding consumer rights that are often violated by business actors in grab shops, namely: Article 4 letter a. "right to comfort, security, and safety in consuming goods and/or services" Article 4 letter c. "the right to correct, clear and honest information regarding the conditions and guarantees of goods and/or services;". Second, the default that has been carried out by the seller in this case is that the party from the grab shop is included in the form of the seller doing

what was promised but it was too late where the party from the grab shop did not deliver the promised goods to the buyer too long from the agreed date.

The conclusion of this thesis is that first, the grab store party has to be responsible for providing compensation to consumer losses that consumers have the right to comfort, security, and safety in consuming goods and / services and get compensation. Second, settlement efforts that can be made by consumers against the grab store party in online buying and selling can be completed through litigation and non-litigation channels.

Suggestions from this thesis are First, For business actors, they should provide true, clear and honest information about everything conveyed through offers or promotions because this information will be used as a consideration for consumers in buying a product so as not to be harmed. Second, consumers must be more selective in making transactions at grab stores and prioritize aspects of security and prudence as the main considerations.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PERSYARATAN GELAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN.....	vii
LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	viii
LEMBAR PERNYATAAN	ix
PRAKATA	x
RINGKASAN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Umum.....	4
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Metode Penelitian	5
1.5.1 Tipe Penelitian	5
1.5.2 Pendekatan Penelitian	5
1.5.3 Bahan Hukum	6
1.5.3.1 Bahan Hukum Primer	7
1.5.3.2 Bahan Hukum Sekunder	7
1.5.3.3 Bahan Non-Hukum	7
1.5.4 Analisa Bahan Hukum	8

BAB 2. KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Tanggung Jawab Hukum	9
2.1.1 Pengertian Tanggung Jawab Hukum	9
2.1.2 Jenis-Jenis Tanggung Jawab Hukum.....	9
2.2 Konsumen	11
2.2.1 Pengertian Konsumen.....	11
2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen	12
2.3 Pelaku Usaha	14
2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha	14
2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	16
2.3.3 Larangan bagi Pelaku Usaha.....	19
2.4 Jual Beli <i>Online</i>.....	21
2.4.1 Pengertian Jual Beli <i>Online</i>	21
2.4.2 Unsur-Unsur Hukum Jual Beli <i>Online</i>	25
2.4.3 Dasar Hukum Jual Beli <i>Online</i>	31
2.5 Grab	33
2.5.1 Pengertian Grab.....	33
2.5.2 Jenis-Jenis Grab	34
2.5.3 Syarat dan Ketentuan Grab Toko.....	35
BAB 3. PEMBAHASAN.....	37
3.1 Tanggung Jawab Grab Toko Terhadap Konsumen yang dirugikan dalam Jual Beli <i>Online</i>	37
3.2 Upaya Penyelesaian yang dapat dilakukan oleh Konsumen Kepada Pihak Grab Toko dalam Jual Beli <i>Online</i>	54
BAB 4. PENUTUP	61
4.1 Kesimpulan	61
4.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	67

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era globalisasi yang serba modern ini, semua aktifitas manusia diupayakan dapat dilaksanakan dengan cepat dan mudah. Aktifitas manusia terminimalisir dengan alat bantu, alat- alat canggih berupa elektronik semuan dibuat untuk mempermudah pekerjaan manusia.² Masyarakat sudah tidak asing dengan internet. Semua lapisan masyarakat dapat menikmati layanan internet kapan pun dan dimanapun. Setiap orang dapat saling terhubung meskipun dengan jarak sangat jauh sekalipun. Saat ini internet menjadi bagian terpenting bagi kehidupan masyarakat, misal dalam berbisnis, jual beli, bersosial, berita, dan bertukar informasi atau lainnya.

Salah satunya berguna dalam bidang jual beli, berdasarkan Pasal 1457 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, jual beli adalah salah satu bentuk kegiatan yang melibatkan penjual dan pembeli. Suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Tidaklah berbeda dengan perjanjian pada umumnya, yaitu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang dan dimana dua orang itu saling berjanji untuk melakukan suatu hal.³

Ciri yang membedakan kontrak perjanjian Jual Beli *online* dari kontrak lain pada umumnya adalah bahwa kesepakatan tidak diberikan dalam bentuk tertulis maupun lisan, melainkan melalui komunikasi dengan media elektronik⁴. Konsumen mengikatkan dirinya dengan melakukan kontrak elektronik, berdasarkan Pasal 1 angka 17 Undang-undang no 11 tahun 2008 tentang Informasi transaksi elektronik, kontrak elektronik yaitu perjanjian para pihak melalui media elektronik, dan transaksi mereka disebut dengan transaksi elektronik. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, setiap pelaku usaha haruslah dapat memenuhi segala tanggung jawab

² Witono, *Pembuatan Aplikasi Web Jual Beli Dan Lelang Online*, Jurnal Sistem Informasi , Vol. 6, No. 1, 2008, h. 9.

³ Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2004), h. 1.

⁴ Niniek Suparni, *Cyberspace: Problematika & Antisipasi Pengaturannya* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 67.

hukum ketika sedang melakukan jual beli dengan konsumen yaitu Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia (RI), baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Sejak dikenalnya internet di Indonesia, internet telah memunculkan lahirnya perdagangan model baru, dan dibalik sistem perdagangan baru tersebut tidak sedikit peraturan-peraturan lama tidak berlaku pada sistem yang baru tersebut.⁵ Namun para pengguna internet sekaligus konsumen jual beli *online* kini dapat bernafas sedikit lega dengan adanya Undang-Undang yang mengatur tentang Transaksi melalui media Elektronik yakni Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.⁶

Dengan adanya Pasal 1 angka 1 UUPK No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen sehingga banyaknya pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut diantaranya yang ramai dengan banyak pengaduan pada grab toko yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat pengaduan untuk kasus penipuan grab toko yang masuk dalam satu hari melampaui 100 laporan. Lebih lanjut Kementerian Kominfo disarankan untuk mereview kembali aturan untuk Penyelenggara Sistem Elektronik agar kejadian serupa tidak terulang lagi. grab toko yang memberikan janji-janji promosi diskon besar-besaran sehingga banyaknya konsumen yang termakan akan janji-janji dengan mentransfer sejumlah uang untuk mendapatkan barang elektronik tersebut. Tergier janji-janji promosi diskon, konsumen yang memesan dan membayar barang elektronik di

⁵ M. Nur Rasyid, *Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala. Vol. 1, No. 3, 2015, h. 33.

⁶ Rifan Adi Nugraha, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online*, Jurnal Serambi Hukum Vol. 8, No. 2, 2014, h. 91.

grab toko, namun pesanannya tak kunjung sampai. Tim Advokasi BPKN RI sudah melakukan investigasi lapangan ke kantor grab toko yang berada, namun tidak ditemukan adanya perusahaan grab toko. grab toko wajib memberikan kompensasi berupa ganti rugi kepada konsumen yang telah melakukan transaksi di grab toko tanpa perlu menunggu penyidikan dari pihak kepolisian.⁷ Dalam kasus grab toko lantaran pelaku menginvestasikan uang hasil kejahatannya ke dalam bentuk mata uang kripto, polisi juga menjeratnya dengan pasal 82 dan/atau pasal 85 pada UU Nomor 3 Tahun 2011 tentang Transfer Dana. Pasal 85 UU Transfer Dana menyatakan Setiap orang yang dengan sengaja menguasai dan mengakui sebagai miliknya Dana hasil transfer yang diketahui atau patut diketahui bukan haknya dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Berdasarkan UU No 8/1999 Pasal 4 huruf h ditegaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan juga sesuai Pasal 7 huruf f UUPK pelaku usaha berkewajiban memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Selain ketentuan Pasal 4 dan Pasal 7 tersebut, pemberi layanan dapat dianggap melanggar ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf a, dimana sanksinya diatur dalam Pasal 62 ayat (1). Selain pemberian sanksi ganda yakni perdata dan pidana (Pasal 19 ayat 1 dan ayat 4), UUPK juga bisa mencabut ijin usaha perusahaan ini sesuai dengan ketentuan Pasal 63.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penulisan hukum yang berjudul **Tanggung Jawab Hukum Grab Toko Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online.**

⁷<https://tekno.kompas.com/read/2021/01/06/16450697/heboh-penipuan-grab-toko-konsumen-kehilangan-uang-sampai-rp-23-juta> diakses pada tanggal 01 April 2022 pukul 10.40 WIB.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan yang terjadi pada Tanggung Jawab Hukum Grab Toko Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online* maka masalah yang terjadi dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggung jawab Grab Toko terhadap konsumen yang dirugikan dalam jual beli *online*?
2. Apa upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen kepada pihak Grab Toko dalam jual beli *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Umum

1. Penelitian ini dilakukan guna memenuhi persyaratan pokok yang bersifat akademis guna mencapai gelar Sarjana Hukum sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Penelitian ini dilakukan sebagai sarana menerapkan ilmu dan pengetahuan di bidang hukum, yang telah diperoleh di bangku perkuliahan yang kemudian diaplikasikan di masyarakat.
3. Penelitian ini dilakukan sebagai bentuk kontribusi pemikiran dan wawasan ilmu hukum khususnya di bidang ekonomi dan bisnis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi almamater, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember dan masyarakat umum.

1.3.2. Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui dan memahami tanggung jawab grab toko terhadap konsumen yang dirugikan dalam jual beli *online*.
2. Untuk mengetahui dan memahami upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen kepada pihak grab toko dalam jual beli *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran di bidang hukum perdata dan hukum perlindungan konsumen khususnya konsumen pengguna grab toko.
2. Manfaat praktis, mengembangkan daya pikir, mengembangkan penalaran dalam menganalisis suatu kasus yang konkrit serta mengetahui kemampuan penulis dengan menerapkan ilmu yang diperoleh.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu hal terpenting yang harus diperhatikan dalam penulisan karya ilmiah. Metode penelitian merupakan tata cara bagaimana dalam melakukan sebuah penelitian. Terdiri dari dua kata dalam istilah metode penelitian yaitu kata metode dan kata penelitian. Kata metode berasal dari bahasa Yunani yaitu “*methodos*” yang artinya cara atau menuju suatu jalan. Pada kata “penelitian” merupakan suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis agar mencapai suatu tujuan tertentu.

1.5.1 Tipe Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini menggunakan penelitian yuridis normatif (*legal research*). Yuridis normative merupakan penelitian yang fokus untuk mengkaji penerapan norma-norma atau kaidah-kaidah dalam hukum positif yang kemudian dikaitkan dengan permasalahan yang menjadi pokok dalam penulisan skripsi ini. Menurut Peter Mahmud Marzuki,⁸ pendekatan undang-undang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.

1.5.2 Pendekatan Penelitian

Terdapat beberapa pendekatan didalam suatu penelitian hukum sehingga peneliti dapat memperoleh informasi dengan menggunakan pendekatan tersebut yang dapat menjawab mengenai isu yang sedang dijadikan penelitian. Adapun

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Predana Media, 2016), h. 93.

beberapa pendekatan dalam penelitian hukum normative menjadi 5 pendekatan menurut Peter Mahmud Marzuki, diantaranya adalah pendekatan Undang-Undang (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan historis (*historical approach*), pendekatan perbandingan (*comparative approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*).⁹

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah pendekatan Undang-Undang (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

1. Pendekatan Undang-Undang (*statue approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang yang berkaitan dengan isu hukum yang dijadikan penelitian.¹⁰ Pendekatan perundang-undangan yang digunakan pada penulisan skripsi ini adalah, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
2. Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*) dilakukan dengan mempelajari doktrin-doktrin dan pandangan-pandangan ilmu hukum yang berkembang. Dalam menjawab isu hukum yang sedang dihadapi, penulis harus memahami konsep *unjust enrichment* yang berasal dari pandangan para sarjana yang dimuat dalam buku teks hukum, kamus hukum, jurnal-jurnal hukum dan lain-lain.¹¹ Dengan ini peneliti dapat menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian maupun definisi, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu hukum yang dihadapi. Konsep-konsep mengenai tanggung jawab hukum grab toko terhadap konsumen dalam jual beli *online* dan perlindungannya terhadap konsumen, maka akan membantu menjawab isu hukum yang menjadi topik permasalahan.

1.5.3 Bahan hukum

Bahan hukum adalah bahan sumber yang dipakai peneliti yang digunakan untuk menulis sebuah karya ilmiah, sehingga dapat dijadikan sebuah pedoman dalam mencari pokok jawaban yang akan dicapai guna untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi.

⁹ Petter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2016), h. 93.

¹⁰ *Ibid*, h. 113.

¹¹ Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h. 116.

1.5.3.1 Bahan Hukum Primer

Menurut pandangan Peter Mahmud Marzuki bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat otoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri atas perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.¹² Bahan hukum primer yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
3. UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

1.5.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berupa keseluruhan publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi antara lain buku teks, kamus hukum, jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.¹³

1.5.3.3 Bahan Non Hukum

Bahan non hukum merupakan penunjang bagi bahan hukum primer dan hukum sekunder, dimana bahan yang dapat memberikan petunjuk serta penjelasan.¹⁴ Bahan non hukum berupa buku-buku, jurnal, laporan hasil penelitian mengenai ilmu ekonomi, ilmu politik, sosiologi, filsafat, kebudayaan maupun laporan-laporan penelitian non hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan objek permasalahan yang akan diteliti.

¹² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 141.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Dyah Ochtorina Susanti dan Aan Efendi, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h. 109.

1.5.4 Analisis Bahan Hukum

Bahan hukum adalah suatu cara yang digunakan untuk menentukan jawaban dalam pokok permasalahan yang di dapat dari fakta hukum, proses ini dilakukan dengan beberapa tahapan, antara lain:¹⁵

1. Mengidentifikasi fakta hukum serta mengeliminasi hal-hak yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan atau diselesaikan;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum dan bahan-bahan non hukum yang sekiranya dipandang mempunyai relevansi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi guna menjawab isu hukum;
5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.

Berdasarkan penjelasan diatas penafsiran digunakan dengan mencari pasal-pasal dari peraturan perundang-undangan terkait mengenai tanggung jawab hukum grab toko terhadap konsumen dalam jual beli *online*. Setelah melakukan penelitian dengan temuan-temuan yang ada penulis menafsirkan definisi yang ada serta bunyi-bunyi pasal dan doktrin mengenai permasalahan yang ada. Bahan hukum yang diperoleh dalam penelitian ini diuraikan secara sistematis mengikuti alur sistematika pembahasan. Kemudian dilakukan analisa secara mendalam terkait dengan tanggung jawab hukum grab toko terhadap konsumen dalam jual beli *online*.

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, op.cit, h. 213.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanggung Jawab Hukum

2.1.1 Pengertian Tanggung Jawab Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan dan diperkarakan. Tanggung Jawab Hukum merupakan suatu akibat yang dalam melakukan suatu tindakannya berkaitan dengan etika dan moral. Menurut *Ridwan Halim* “Tanggung jawab hukum adalah suatu akibat dari pelaksanaan peranan baik itu berupa hak dan kewajiban maupun kekuasaan. Dengan demikian tanggung jawab hukum dapat diartikan juga sebagai kewajiban untuk melakukan suatu tindakan yang tidak menyimpang dari suatu aturan yang telah ada sebelumnya.”¹⁶

Di dalam hukum perdata tanggung jawab hukum berupa tanggung jawab seseorang terhadap perbuatan yang melawan hukum. Dalam KUHPperdata terdapat ketentuan pada Pasal 1365 KUHPperdata yang menegaskan bahwa tiap-tiap perbuatan melanggar hukum, yang dapat merugikan orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menimbulkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Tanggung jawab dengan unsur kesalahan (kesengajaan dan kelalaian) sebagaimana tertuang dalam pasal 1366 KUHPperdata menjelaskan bahwa setiap orang bertanggung jawab tidak hanya untuk kerugian yang telah disebabkan oleh perbuatannya itu, namun untuk kerugian yang telah disebabkan dari kelalaiannya.

2.1.2 Jenis-Jenis Tanggung Jawab Hukum

Pada dasarnya tanggung jawab adalah kewajiban yang kita terima atau yang seharusnya dilakukan dalam kehidupan. Prinsip dasar pertanggung jawaban atas dasar kesalahan mengandung arti bahwa seseorang harus bertanggung jawab

¹⁶A. Ridwan Halim, *Pengantar Ilmu Hukum Dalam Tanya Jawab* (Bandung: Gahlia Indonesia, 2015), h. 163.

karena ia melakukan kesalahan karena merugikan orang lain. Tanggung jawab di bagi menjadi beberapa macam, yaitu tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan, praduga untuk selalu bertanggung jawab, praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab, tanggung jawab mutlak dan tanggung jawab dengan pembatas. Ada 5 jenis tanggung jawab, yaitu”:¹⁷

- a. Tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan yakni, seorang yang akan dimintai pertanggung jawaban melalui hukum harus memenuhi unsur kesalahan yang telah diberlakukannya.
- b. Praduga untuk selalu bertanggung jawab yakni, seorang yang selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikannya bahwa ia tidak bersalah.
- c. Praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab yakni, teori ini merupakan nama lain dari konsep yang kedua, dimana pelaku usaha ini tidak dapat dimintai pertanggung jawabannya dan konsumenlah yang menanggung semua resikonya.
- d. Tanggung jawab mutlak yakni, pada umumnya digunakan dalam hukum perlindungan konsumen pada pelaku usaha yang dimintai pertanggung jawaban karena telah memasarkan produknya yang telah merugikan konsumen. Asas tanggung jawab ini adalah *product liability*. Dalam hal ini tanggung jawab pelaku usaha grab toko yang yang harus dipenuhi terhadap konsumen.
- e. Tanggung jawab dengan pembatas yaitu, bila ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha akan sangat merugikan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa tanggung jawab mutlak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha timbul karena adanya hubungan antara produsen dengan konsumen tetapi terdapat perbedaan tanggung jawab masing-masing. Secara umum tanggung jawab hukum dapat diartikan sebagai kewajiban untuk

¹⁷ Ni Komang Ayu Nira Relies Rianti, *Konsumen Dalam Hal Terjadinya Horweigtthing Ditinjau dari Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* (Bali: Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2017), h. 531.

melakukan sesuatu atau perbuatan yang tidak menyimpang dari peraturan yang ada.

2.2 Konsumen

2.2.1 Pengertian Konsumen

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian konsumen yaitu pemakai barang hasil produksi barang maupun jasa. Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris yakni “*consumer*” atau dalam bahasa Belanda “*consument*”. Dalam pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang atau pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan. Penggunaan kata “tidak untuk diperdagangkan” dalam Pasal 1 Angka 2 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 menunjukkan bahwa yang dimaksud konsumen adalah konsumen akhir.¹⁸ Konsumen akhir digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, dan rumah tangga. Berikut batasan tentang konsumen menurut Az. Nasution:¹⁹

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang membutuhkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan untuk membuat barang dan/atau jasa lain untuk diperdagangkan (dengan tujuan komersial). Disebut konsumen antara karena memanfaatkan barang lain untuk untuk diproses dan digunakan untuk kepentingan bisnis;
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga dan/atau rumah tangga dan

¹⁸ Hartanto, *Hukum Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli Dengan Garansi* (Pasuruan: Qiara Media, 2020), h. 57.

¹⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta: Diandit Media, 2001), h. 5.

tidak untuk diperdagangkan (non komersial). Disebut konsumen akhir karena sebagai pemakai suatu barang yang digunakan untuk kepentingan pribadi.

Berdasarkan penjelasan diatas konsumen pada umumnya adalah seseorang yang menggunakan atau memakai, mengkonsumsi barang dan/atau pelayanan jasa. Konsumen adalah orang yang hanya akan menggunakan produk tersebut tanpa menjual kembali kepada pihak-pihak tertentu. Secara sederhana, konsumen adalah sebagai orang atau pihak tertentu yang membayar untuk mendapatkan jasa atau produk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak dan kewajiban konsumen adalah suatu hal yang dilakukan oleh konsumen dengan pelaku usaha yang harus memperhatikan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, yaitu konsumen berhak mendapatkan barang yang tidak membahayakan dirinya, konsumen berhak mendapatkan informasi terakurat terkait barang yang akan dibeli, konsumen juga berhak untuk menentukan pilihan barang yang dibutuhkan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, konsumen dalam kepentingan untuk memenuhi kebutuhannya berhak untuk didengar.²⁰ Hak Konsumen berdasarkan bunyi Pasal 4 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ataujasa;
- 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;

²⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen* (Bandung: Nusa Media, 2010), h.1.

- g. Hak untuk diberlakukan 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.

Konsumen juga harus memiliki itikad baik ketika semua hak-haknya telah dipenuhi oleh pelaku usaha. Kemungkinan dapat dikarenakan konsumen merugikan pelaku usaha mulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. Maka telah dijelaskan kewajiban konsumen dalam Pasal 5 UUPK Nomor 8 Tahun 1999, yaitu:

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

Adanya kewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan pelaku usaha pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan suatu hal penting mendapat pengaturan. Selain itu adanya kewajiban konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha adalah hal yang sudah biasa dan sudah semestinya demikian. Kewajiban lainnya yang perlu mendapat penjelasan lebih lanjut adalah suatu kewajiban mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Menyangkut suatu kewajiban konsumen untuk beritikad baik hanya pada saat transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal tersebut disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan pelaku usaha mulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang diproduksi oleh pelaku usaha. Adanya kewajiban yang sudah di atur diatur dalam Undang-undang perlindungan konsumen sangat tepat, dikarenakan kewajiban ini merupakan untuk bisa mengimbangi suatu hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan

konsumen secara patut. Hak ini akan menjadi lebih mudah untuk diperoleh jika konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa secara patut.²¹

Berdasarkan penjelasan diatas tampak nyata berbagai hal yang harus diperhatikan dalam undang-undang perlindungan konsumen baik oleh pelaku usaha maupun para konsumen, Berdasar itu untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab. Dalam hubungan ini perlu sosialisasi mengenai asas dan tujuan perlindungan hukum terhadap konsumen, serta hak dan kewajiban konsumen dan para pelaku usaha, juga mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2.3 Pelaku Usaha

2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha

Menurut pengertian Pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Dalam penjelasan Pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen tersebut, pelaku usaha yang dimaksud adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Bentuk atau Wujud Pelaku Usaha²². Bentuk Pelaku Usaha menurut Pasal 1 butir 3 PP No.58 Tahun 2001 :

²¹ Marianus Gaharpung, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen Korban atas Tindakan Pelaku Usaha*, Jurnal Yustika, Vol. 3, No.1, 2000.

²² <http://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/> diakses pada tanggal 15 November 2021 pukul 12:08 WIB.

1. Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri.
2. Badan usaha, yaitu kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, antara lain :
 - a. Badan hukum, adalah badan usaha yang sudah mendaftarkan dirinya di notaris untuk mendapatkan akta pendirian yang sudah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM seperti Perseroan Terbatas (PT).
 - b. Bukan badan hukum, adalah badan usaha yang mendaftarkan dirinya di notaris yang hanya memiliki akta otentik dan tidak memiliki akta pendirian yang disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM, seperti Firma.

Dalam Pasal 1 angka 3 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang-perorang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Dalam penjelasannya menyatakan bahwa pelaku usaha yang termaksud dalam pengertian ini adalah perusahaan, koperasi, BUMN, korporasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain. Dalam defenisi pelaku usaha yang dimaksudkan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 3 sama dengan cakupan yang diklaim oleh negara-negara eropa khususnya belanda, karena pelaku usaha dapat berupa badan hukum atau orang perorang. Dalam Pasal 3 *Directive Product Liability Directive* (selanjutnya disebut *Directive*) sebagai pedoman bagi negara Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) Mendefenisikan Pelaku usaha/produsen adalah²³:

²³ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 34.

1. Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nama, merek atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai produsen
2. Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk leasing, atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha perdagangannya dalam Masyarakat Eropa, akan dipandang dalam arti produsen dalam arti *Directive* ini, dan akan bertanggung gugat sebagai produsen
3. Dalam hal suatu produsen tidak dikenal identitasnya, maka setiap leveransir/supplier akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderiata kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya. Hal yang sama akan berlaku dalam kasus barang/produk yang diimpor, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importir sebagaimana dimaksud dalam ayat 2, sekalipun nama produsen dicantumkan.

Berdasarkan penjelasan diatas istilah “*Product Liability*” yaitu suatu konsepsi hukum yang didasarkan pada nilai-nilai yang intinya dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen agar memperoleh suatu produk (baik barang maupun jasa) yang sesuai dengan harapannya yang dijanjikan dan sekaligus melahirkan tanggung jawab dipihak produsen untuk memberikan ganti rugi apabila produknya menjadi penyebab timbulnya kerugian di pihak konsumen.

2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Segala sesuatu yang dilakukan konsumen dan pelaku usaha juga harus memperhatikan hak-hak yang dimiliki pelaku usaha untuk memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Menjamin

mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Dalam Pasal 6 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan enam hak pelaku usaha di antaranya:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur oleh ketentuan perundang-undangan lainnya. Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Menyangkut hak yang terdapat pada huruf b, c, dan d, sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan aparat pemerintah dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/dan pengadilan dalam tugasnya melakukan penyelesaian sengketa.
- f. Selanjutnya tentang hak-hak yang diatur dalam undang-undang lainnya, seperti hak-hak yang diatur dalam Undang-undang Perbankan, Undang-undang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-undang Pangan, dan Undang-undang lainnya.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa

yang sama. Menyangkut hak yang terdapat pada huruf b, c, dan d, sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan aparat pemerintah dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/dan pengadilan dalam tugasnya melakukan penyelesaian sengketa.²⁴

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 adalah:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) 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 diperdagangkan.
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Jika disimak baik-baik, jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang ditargetkan untuk menciptakan budaya tanggung jawab pada diri para pelaku usaha.

²⁴ *Ibid.*

Kewajiban adalah sesuatu yang harus dilaksanakan oleh mereka yang mengembannya, dalam hal ini Kewajiban Pelaku Usaha beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perikatan.²⁵ Ketentuan ini diatur dalam Pasal 1338 ayat 3 BW. Untuk itu, dalam menjamin terciptanya upaya perlindungan konsumen yang efektif maka, Undang-undang Perlindungan Konsumen secara eksplisit menentukan dalam Bab III Pasal 7 terkait kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan oleh Pelaku Usaha. Diantaranya yaitu pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produknya. Jika konsumen mengalami kerugian yang diakibatkan oleh suatu produk pelaku usaha wajib memberi kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen.

2.3.3 Larangan bagi Pelaku Usaha

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 8 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 adalah larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi, antara lain²⁶ :

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 2) Tidak sesuai dengan berat isi bersih atau neto.
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan sebagaimana dinyatakan dalam label, etika, atau keterangan barang atau jasa tersebut.
- 5) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label
- 6) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal.

²⁵ <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4be012381c490/sanksi-hukum> diakses pada tanggal 28 juli 2022 pukul 15.40

²⁶ Lastini, *Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Lex Privatum, Vol. 4, No. 6, 2016, h. 70.

- 7) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat barang, ukuran, berat isi atau neto.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 9 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 adalah larangan dalam menawarkan, mempromosikan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar atau seolah-olah :

- 1) Barang tersebut telah memenuhi atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu.
- 2) Barang tersebut dalam keadaan baik/baru.
- 3) Barang atau jasa tersebut telah mendapat atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu.
- 4) Dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor atau persetujuan.
- 5) Barang atau jasa tersebut tersedia.
- 6) Tidak mengandung cacat tersembunyi.
- 7) Kelengkapan dari barang tertentu.
- 8) Berasal dari daerah tertentu.
- 9) Secara langsung atau tidak merendahkan barang atau jasa lain
- 10) Menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.
- 11) Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Menurut *Nurmadjito*, “Larangan tersebut pada dasarnya untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal-usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya”²⁷

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 10 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 adalah larangan untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :

- 1) Harga suatu barang dan/atau jasa.
- 2) Kegunaan suatu barang dan/atau jasa.

²⁷ Husni Syawali dan Neni Sri, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000), h. 18.

- 3) Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
- 4) Tawaran potongan harga atau hadiah.
- 5) Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Berdasarkan penjelasan diatas telah dijelaskan beberapa larangan-larangan bagi pelaku usaha. Maka dari hal itu sebaiknya pelaku usaha harus beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya salah satunya dengan cara pelaku usaha harus memperhatikan dengan baik terhadap apa yang di larangnya, agar tidak dapat merugikan konsumen.

2.4 Jual Beli *Online*

2.4.1 Pengertian Jual beli *online*

Jual beli menurut Kumpulan Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) termasuk dalam Buku III tentang Perikatan. Perikatan oleh Buku III B.W itu, ialah: suatu hubungan hukum (mengenai kekayaan harta benda) antara dua orang yang memberi hak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan orang yang lainnya ini diwajibkan memenuhi tuntutan itu. Mengenai sumber-sumber perikatan, oleh undang-undang diterangkan, bahwa suatu perikatan dapat lahir dari suatu persetujuan (perjanjian) atau dari undang-undang. Perikatan yang lahir dari undang-undang dapat dibagi atas perikatan-perikatan yang lahir dari undang-undang saja dan yang lahir dari undang-undang karena suatu perbuatan orang. Yang belakangan ini, dapat dibagi atas perikatan-perikatan yang lahir dari suatu perbuatan yang diperbolehkan dan yang dari perbuatan yang berlawanan dengan hukum²⁸.

Jual beli menurut KUHPer Pasal 1457 adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. (KUHPer. 1235 dst., 1332 dst.) Perkataan jual beli menunjukkan bahwa dari satu pihak perbuatan dinamakan menjual, sedangkan dari pihak yang lain dinamakan pembeli. Istilah

²⁸ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata* (Jakarta: Intermedia, 2003), h. 123.

yang mencakup dua perbuatan yang bertimbal balik itu adalah sesuai dengan istilah Belanda “*koop en verkoop*” yang juga mengandung pengertian bahwa pihak yang satu “*verkoop*” (menjual) sedang yang lainnya “*koop*” (membeli). Dalam bahasa Inggris jual beli hanya disebut dengan “*sale*” saja yang berarti “penjualan” (hanya dilihat dari sudutnya si pembeli), begitu pula dalam bahasa Perancis disebut hanya dengan “*vante*” yang juga berarti “penjualan”, sedangkan dalam bahasa Jerman dipakainya perkataan “*kauf*” yang berarti “pembelian”.

Barang yang menjadi obyek perjanjian jual beli harus cukup tertentu, setidak-tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli. KUHPer 1460. Jika barang yang dijual itu berupa barang yang sudah ditentukan, maka sejak saat pembelian itu menjadi tanggungan si pembeli, meskipun penyerahan barangnya belum dilakukan, dan si penjual berhak menuntut harganya. (KUHPer. 1237, 1266, 1481, 1513). Bisnis dengan teknologi Internet disebut sebagai *electronic commerce (ecommerce)* dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah “Perniagaan Elektronik”. Aktivitas *e-commerce* adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media Internet. Jual beli *online* atau perniagaan secara elektronik (*Electronic Commerce*) merupakan perjanjian melalui *online contract* yang pada prinsipnya sama dengan perjanjian pada umumnya. Perbedaannya hanya terletak pada media dalam membuat perjanjian tersebut. Walaupun dalam beberapa jenis *online contract* tertentu objek perikatannya hanya dapat diwujudkan dalam media elektronik, sebab objek perikatannya berupa muatan digital, seperti jasa untuk mengakses internet²⁹.

Perjanjian jenis ini lebih sering menggunakan fasilitas EDI (*Electronic Data Interchange*), yaitu suatu mekanisme pertukaran data secara elektronik yang umumnya berupa informasi bisnis yang rutin di antara beberapa komputer dalam suatu susunan jaringan komputer yang dapat mengelolanya. Data tersebut

²⁹ Gemala Dewi et.al, *Hukum Perikatan (Akad) dalam Hukum Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2018), h. 196.

dibentuk menggunakan aturan standar sehingga dapat dilaksanakan langsung oleh komputer penerima. Dalam *e-commerce* seorang penjual memberikan penawaran terhadap suatu barang untuk dijual melalui media elektronik, yaitu Internet dengan memasukkan penawaran tersebut dalam situs, baik yang ia kelola sendiri untuk melakukan perdagangan atau memasukkannya dalam situs lain. Pembeli di sini dapat dengan leluasa memilih transaksi mana yang sesuai dengan yang ia cari. Dalam menjelajah situs dalam Internet, pembeli layaknya orang yang berbelanja secara konvensional dengan melihat etalase-etalase yang dipajang oleh tiap-tiap toko dan jika ia menemukan sesuatu yang ia cari maka ia dapat melakukan transaksi dengan penjual yang memberikan penawaran dalam situs tersebut yang diandaikan layaknya toko konvensional.

Transaksi jual beli di dunia maya atau *e-commerce* merupakan salah satu produk internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Dalam satu jaringan tersebut terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik.³⁰ Jual beli *online* disebut juga *e-commerce*. *E-commerce* adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik. Pengertian lainnya, *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan permasalahan barang serta jasa melalui sistem elektronik. *E-commerce* meliputi transfer dana secara elektronik, pertukaran dan pengumpulan data semua diatur dalam manajemen inventori otomatis.³¹

Perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu. *E-commerce* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa,

³⁰ Onno W Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal e-Commerce* (Jakarta: Alex Media Computendo, 2000), h. 13.

³¹ Jony Wong, *Internet Marketing for the Beginer* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2010), h. 23.

apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Dari perkembangan bentuk transaksi jual beli dan pemasaran itulah kemudian sekarang kita mengenal istilah *online shop*. Pengertian *online shop* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. Bentuk baru kegiatan jual beli ini tentu mempunyai banyak nilai positif, di antaranya kemudahan dalam melakukan transaksi (karena penjual dan pembeli tidak perlu repot bertemu untuk melakukan transaksi). *Online shop* biasanya menawarkan barangnya dengan menyebutkan spesifikasi barang, harga, dan gambar. Pembeli memilih dan kemudian memesan barang yang biasanya akan dikirim setelah pembeli mentransfer uang.³²

Banyak keunggulan bisnis *online* dibandingkan dengan bisnis tradisional.³³

1. Bisnis Tradisional

- a. Toko, jika membeli tanah dan membangunnya menghabiskan modal sebesar Rp 15 juta sampai Rp 300 juta.
- b. Sewa memerlukan dana Rp 500 ribu sampai 2 juta per bulan.
- c. Inventaris peralatan toko membutuhkan biaya Rp 5 juta sampai dengan Rp 20 juta.
- d. Staf karyawan minimal 2 orang minimal gaji Rp 1,2 juta per orang per bulan.

2. Bisnis Internet

- a. Situs web sebagai toko *online* memerlukan dana hanya Rp 1 juta.
- b. *Hosting*, sewa dengan situs web hanya Rp 15 ribu per bulan
- c. *Digital product*, dijual secara digital jadi tidak membutuhkan pembelian inventaris toko.
- d. *Software* sebagai ganti staf toko. *Software* ini memudahkan mengelola situweb (toko *online*) sendiri. Biayanya sangat murah hanya Rp 15 ribu per bulan.

³² Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam* (Malang: Universitas Muhamadiyah, 2009), h. 2.

³³ *Ibid*, h.23.

2.4.2 Unsur Jual Beli *Online* atau *e-commerce*

Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar.³⁴

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik beberapa unsur dari *E-commerce*, yaitu:³⁵

1. Ada kontrak dagang
2. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik
3. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan
4. Kontrak itu terjadi dalam jaringan publik
5. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau *website*
6. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*). *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).³⁶

Jual beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam. Bentuk *ecommerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli juga yang dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi,

³⁴ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

³⁵ Gemala Dewi et.al, *Hukum Perikatan (Akad) dalam Hukum Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2018), h. 267.

³⁶ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-commerce dalam Tinjauan Hukumi Islam* (Malang: Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah, 2009), h.2.

sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu. *E-commerce* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Adaptasi secara langsung ketentuan jual beli biasa akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks *e-commerce*. Oleh karena itu perlu analisis apakah ketentuan hukum yang ada dalam hukum Islam sudah cukup relevan dan akomodatif dengan hakekat *e-commerce* atau perlu pemahaman khusus tentang hukum bertransaksi *e-commerce*.

Beberapa permasalahan yang muncul dalam aktivitas *e-commerce*, antara lain:³⁷

1. Otentikasi subyek yang membuat transaksi melalui internet;
2. Obyek transaksi yang diperjualbelikan;
3. Mekanisme peralihan hak;
4. Hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, *internet service provider* (ISP), dan lain-lain;
5. Legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti.
6. Mekanisme penyelesaian sengketa;
7. Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa.

Meskipun barang yang diperjual belikan dalam transaksi *e-commerce* telah jelas dispesifikkan dan telah jelaskan secara detail, namun resiko ketidakcocokan dan kerugian yang akan dialami oleh pembeli masih memungkinkan terjadi. Oleh karena itu, dalam transaksi ini, pihak penjual memberikan hak kepada pembeli untuk mengembalikan barang dan menerima pembayarannya atau menukarkan barang tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati sebelumnya. Dalam hal ini, konsep hak pengembalian dan penukaran tersebut sejalan dengan konsep khiyar dalam Islam. Jual beli dalam

³⁷ Bagus Hanindy Mantri, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce*, Jurnal MMH, Vol. 37, No. 4, 2008.

Islam memberikan hak khiyar, pengertian khiyar adalah hak memilih atau melanjutkan atau membatalkan akad dalam jual beli. Dengan adanya khiyar dapat menghindari apabila ada terjadinya perselisihan dalam transaksi akad jual beli antara penjual dan pembeli. Khiyar juga memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terkait dalam suatu akad jual beli karena dapat menjaga suatu hubungan yang baik tanpa terjadi adanya perselisihan. Hikmah disyariatkannya khiyar dalam Islam sangat banyak dan bersifat menyeluruh serta jangka panjang. Dalam melakukan transaksi elektronik dalam hal ini jual beli *online*, ada kelebihan dan kekurangan yang didapatkan oleh pelaku usaha dan konsumen. Adapun kelebihan dan kekurangan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online*, yaitu:³⁸

- a. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli *Online* Bagi Pelaku Usaha Ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi pelaku usaha, yaitu:
 - 1) Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya
 - 2) Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli *online* merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet
 - 3) Modal awal yang diperlukan relatif kecil. Modal yang diperlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis
 - 4) Jual beli *online* dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli ini beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain
 - 5) Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar,

³⁸ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 20.

Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang, dengan hadirnya seperti zalora, berniaga.com, olx dll. Membuktikan bahwa pasar *online* telah terbuka bebas

- 6) Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlakukan dengan *online*. Komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen akan menjadi lebih mudah, praktis, dan lebih hemat waktu serta biaya. Banyaknya website yang menyediakan layanan jual beli *online* memungkinkan untuk dapat mengakses dengan mudah spesifikasi barang yang ingin dibeli
 - 7) Meningkatkan efisiensi waktu, terutama jarak dan waktu dalam memberikan layanan kepada konsumen selaku pembeli
 - 8) Penghematan dalam berbagai biaya operasional. Beberapa komponen biaya seperti transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan biaya dalam berbagai komponen tersebut, secara otomatis akan meningkatkan keuntungan
 - 9) Pelayanan ke konsumen lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan pelayanannya.
- b. Selain beberapa kelebihan tersebut, jual beli *online* atau bisnis *online* ini juga mempunyai kekurangan, yaitu:³⁹
- 1) Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi *online*. Masih banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi *online*, apalagi berkenan dengan pembayaran. Biasanya mereka lebih suka transaksi secara langsung walaupun dengan orang sudah dikenal. Contohnya, konsumen yang memilih datang langsung berbelanja ke toko dibandingkan dengan *online shopping* karena takut terjadinya penipuan

³⁹ Ridwan Khairandy, *Pembaharuan Hukum Kontrak Sebagai Antisipasi Transaksi Elektronik Commerce*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 16, 2001.

- 2) Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran. Contohnya, banyak pedagang baju di pasar lebih memilih untuk menjual barangnya secara langsung ketimbang menjualnya secara *online* karena ketidaktahuannya dalam pengoperasian teknologi informasi
 - 3) Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik, misalnya pembobolan data oleh para *hacker* yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.
 - 4) Adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang belum mahir (kurang berpengalaman) dalam menggunakan teknologi informasi. Contohnya, pelaku usaha yang salah menuliskan alamat konsumen sehingga barang yang dibeli konsumen tidak sampai kepada konsumen karena pengiriman barang kepada alamat yang salah;
 - 5) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (*server*). Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet tidak dapat diakses karena masalah teknis, sehingga kesempatan lewat begitu saja.
 - 6) Penyebaran reputasi didunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk. Disatu sisi, hal ini bisa berdampak negatif, apalagi digunakan oleh pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab dan bermaksud merusak reputasi seseorang. Tetapi, hal ini dapat berdampak positif apabila yang disebar adalah reputasi baik.
- c. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli *Online* Bagi Konsumen Ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi konsumen, yaitu:⁴⁰

⁴⁰ Triana Sofiani, *Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Islam*, diakses dari <http://ejournal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/Hukum/article/view/3/0> pada tanggal 2 Agustus 2022 pukul 11.00 WIB

- 1) *Home shopping*. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi.
- 2) Mudah melakukannya dan tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet
- 3) Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
- 4) Tidak dibatasi oleh waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari.
- 5) Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di *outlet* atau pasar tradisional. Selain kelebihan yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan transaksi *online*, konsumen juga sering menghadapi masalah-masalah yang berkenaan dengan haknya.

Hal ini bisa dikatakan sebagai kekurangan saat melakukan transaksi jual beli *online*, seperti: ⁴¹

- 1) Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan. Contohnya, konsumen hanya melihat foto barang yang diinginkan melalui postingan pelaku usaha;
- 2) Ketidakjelasan informasi tentang barang yang ditawarkan. Contohnya, konsumen tidak dapat mengetahui secara jelas apakah barang tersebut berkualitas a atau b karena hanya melihat foto barangnya saja;
- 3) Tidak jelasnya status subjek hukum dari si pelaku usaha. Contohnya, penjual selaku pelaku usaha yang tidak memberikan jaminan kepastian agar konsumen tidak merasa dirugikan;
- 4) Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi, serta penjelasan terhadap resiko-resiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik, baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*. Contohnya, konsumen yang melakukan

⁴¹ <http://www.jpnn.com/read/2015/04/27/300672/Perkembangan-Bisnis-eCommerce-di-Indonesia-Melesat> diakses pada tanggal 2 Agustus 2022 pukul 14.00 WIB

transaksi pembayaran melalui *electronic cash* tidak dijamin keamanannya dari para *hacker*;

- 5) Pembebanan resiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman.

Berdasarkan penjelasan di atas Keuntungan dan kelemahan saat belanja *online* yang pertama adalah sangat memudahkan kita untuk berbelanja. Kita tak perlu pergi keluar untuk melihat berbagai barang yang sedang kita cari, kitapun bisa mencari tahu stok yang ada di katalog pedagang *online* tersebut. Jika dilihat dari kelemahannya rawan penipuan Tidak sedikit korban penipuan belanja *online* yang mengatasnamakan *brand-brand* tertentu atau toko *online* yang menjanjikan barang akan segera dikirim setelah transaksi dilakukan. bahkan, ada juga pembeli yang berniat untuk menipu pemilik toko *online* dengan cara mengirimkan bukti transfer palsu. poin-poin yang bisa kita pertimbangkan dalam keputusan melakukan transaksi belanja secara *online*. Walaupun banyak faktor yang mempermudah kita untuk berbelanja *online*, jangan sampai kalap berbelanja. Belilah sesuatu yang memang kita butuhkan, jangan hanya karena sedang diskon atau meniru orang di sekitar kita.

2.4.3 Dasar Hukum Jual Beli *Online*

Dasar hukum bisnis *online* sama seperti akad jual beli dan akad Salam, hal ini diperbolehkan dalam Islam. Bisnis *online* dinyatakan haram apabila:⁴²

1. Sistemnya haram, seperti *money gambling*. Sebab judi itu haram baik di darat maupun di udara (*online*)
2. Barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamkan.
3. Transaksi yang melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan.

⁴² Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: Berkat Mulia Insani, 2017), h. 264.

4. Hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Dalam transaksi menggunakan internet, penyediaan aplikasi permohonan barang oleh pihak penjual di situs merupakan ijab dan pengisian serta pengiriman aplikasi yang telah diisi oleh pembeli merupakan qabul. Adapun barang hanya dapat dilihat gambarnya serta dijelaskan spesifikasinya dengan lengkap, dengan penjelasan yang dapat mempengaruhi harga jual barang.

Dasar hukum jual beli *online* tidak hanya diatur dalam hukum Islam, tetapi juga diatur dalam hukum positif, yaitu:⁴³

- a. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik, yaitu: “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.” Dalam pasal 3 UU ITE disebutkan juga bahwa: Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”

Pada pasal 4 UU ITE tujuan pemanfaatan teknologi dan informasi elektronik, yaitu: “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.” Transaksi Elektronik juga diatur dalam KUHPperdata yang menganut asas kebebasan berkontrak.
- b. KUHPperdata Jual beli adalah perjanjian yang berarti perjanjian sebagaimana dimaksud dalam pasal 1313 KUHPperdata, yaitu: “Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.” Menurut Gunawan Wijaya, jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang

⁴³ Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h.7.

dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang dari pembeli ke penjual.

Dalam buku III KUHPerdara diatur mengenai perikatan yang menganut asas terbuka atau kebebasan berkontrak, maksudnya memberikan kebebasan kepada pihak-pihak dalam membuat perjanjian asalkan ada kata sepakat, cakap bertindak hukum, suatu hal tertentu dan suatu sebab tertentu, dan suatu sebab yang halal. Begitupun juga transaksi elektronik yang diatur dalam KUHPerdara yang menganut asas kebebasan berkontrak. Sifat terbuka dari KUHPerdara ini tercermin dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang mengandung asas kebebasan berkontrak, yaitu: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Maksudnya ialah setiap orang bebas untuk menentukan bentuk, macam dan isi perjanjian asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum, serta selalu memperhatikan syarat sahnya perjanjian sebagaimana termuat dalam pasal 1320 KUHPerdara, yaitu: “Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal;

2.5 Grab

2.5.1 Pengertian Grab

Perusahaan Grab adalah perusahaan teknologi yang meluncurkan aplikasi saja, untuk kendaraan tetap milik mitra yang sudah bergabung di PT. Grab Indonesia. Para pengemudi disini sudah terseleksi, berlisensi dan telah melewati pelatihan keselamatan atau training *online* oleh perusahaan Grab melalui handphone masing-masing calon mitra. Sehingga mitra yang memenuhi syarat yang dapat menjadi anggota *driver online* di PT. Grab Indonesia. Jika dinyatakan lolos, mitra akan mendapat *username* dan *password* yang dikirim melalui *email* untuk masuk ke akun *driver* dan dapat digunakan. Perusahaan aplikasi penyedia

jasa transportasi *online* PT. Grab Indonesia telah beroperasi di beberapa kota di Indonesia salah satunya. Grab menyediakan berbagai fitur layanan yaitu *Grabcar*, *Grabbike*, dan *Grab Toko*. Layanan Grab toko adalah sebuah fitur penyedia jasa transportasi *online*.⁴⁴

Berdasarkan pernyataan diatas Grab adalah sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai ke tujuan. Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang menyediakan layanan transportasi untuk menghubungkan lebih dari 10 juta pengguna jasa dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara.

2.5.2 Jenis-Jenis Grab

Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang menyediakan layanan berbasis mobile dalam kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan kemudahan akses bagi para pelangganya dan kesejahteraan para pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Layanan yang ditawarkan antara lain :⁴⁵

a. *Grab Car*

Layanan transportasi untuk mereka yang memilih kenyamanan berkendara layaknya menggunakan mobil pribadi, menghubungkan antara pengemudi mobil pribadi dan calon pengguna jasa.

b. *Grab Taksi*

Layanan taksi premium yang menghubungkan antara pengemudi taksi dan calon pengguna jasa taksi.

c. *Grab Bike*

Sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai ke tujuan dengan menggunakan sepeda motor. Menghubungkan antara pengemudi sepeda motor dengan calon pengguna jasa.

d. *Grab Express*

Layanan pengiriman paket yang cepat, aman dan terpercaya kepada pengguna Grab Express.

e. *Grab Toko*

⁴⁴ Henri Septanto, *Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike*, Jurnal Bina Insani, Vol. 3, No. 1, 2016, h.215.

⁴⁵ *Ibid*, h.215.

Layanan platform *e-commerce* yang tengah hits di masyarakat Indonesia. Mereka berani memberikan promo besar-besaran hingga 90 persen.

Berdasarkan penjelasan diatas kita dapat mengetahui layanan apa saja yang di sediakan oleh grab. Grab telah menyediakan banyak layanan untuk memudahkan pelanggannya.

2.5.3 Syarat dan Ketentuan Grab Toko

Layanan aplikasi grab toko memberikan banyak informasi-informasi yang dibutuhkan pelanggan dari jenis layanan sampai tarif layanan. Hal ini dapat mempermudah pelanggan untuk memilih jenis layanan yang akan digunakan. Berhubungan dengan akurasi dari janji layanan, memiliki persediaan, dan melayani pesanan tersebut pada waktu yang di janjikan. Dalam transaksi yang terjadi pada layanan aplikasi grab toko, pelanggan akan langsung mendapatkan layanan dari grab toko ketika pelanggan telah mengisi kolom-kolom alamat yang disediakan oleh aplikasi grab toko.

Syarat dan Ketentuan Grab Toko

1. Klik ikon Pendaftaran Toko
2. Pilih jenis toko yang ingin didaftarkan
3. Masukkan nomor HP pemilik toko dan pastikan nomor tersebut aktif
4. Pemilik toko akan menerima kode konfirmasi lewat SMS
5. Masukkan kode konfirmasi
6. Lengkapi data diri pemilik toko
7. Lengkapi data toko
8. Minta pemilik toko untuk download dan login di aplikasi GrabKios
9. Ingatkan pemilik toko untuk Melakukan konfirmasi data diri yang telah kamu isi
10. Tim *GrabKios* akan memverifikasi data pemilik toko

Untuk cek status pendaftarannya juga sangat mudah dengan hanya klik ikon Pendaftaran Toko, kemudian klik untuk cek status berikut:⁴⁶

1. Belum lengkap: mitra belum melengkapi data toko
2. Akun belum aktif: Pemilik toko belum login ke aplikasi GrabKios
3. Akun telah aktif: Data pemilik toko telah terverifikasi

⁴⁶ <https://www.grab.com/id/kios/legal/ketentuan-pendaftaran-toko/> diakses pada tanggal 23 Mei 2022 pukul 10.00 WIB

4. Data gagal terverifikasi: Data ditolak (ulangi pengisian data dan pastikan data benar)
5. Lokasi terverifikasi: Data lokasi telah diverifikasi
6. Lokasi gagal terverifikasi: Alamat toko tidak ditemukan atau belum lengkap (ulangi pengisian data dan pastikan data benar)
7. Dibatalkan: Data yang dimasukkan belum lengkap atau akun tidak diaktifkan selama 14 hari sejak didaftarkan.

Berdasarkan pernyataan diatas untuk menjadi reseller grab toko sangatlah mudah. Dengan adanya kemudahan tersebut pelaku usaha dapat mengembangkan bisnis. aplikasi grab toko beroperasi 24 jam dalam 7 hari ini dapat memudahkan untuk aplikasi grab toko tersedia dan diakses setiap saat. Dengan struktur menu-menu yang terdapat di aplikasi grab toko yang sederhana dan mudah dimengerti sehingga pelanggan baru grab toko akan mudah mengoperasikan walaupun itu pengalaman pertama dalam mengakses aplikasi tersebut. Aplikasi grab toko ini aplikasi mobile yang dipasang di telepon pintar yang berbasis sistem operasi Android atau IOs. Grab menjamin layanan aplikasi yang dibuat adalah aplikasi yang handal dan tidak sering terjadi kesalahan atau error saat digunakan.

BAB 3. PEMBAHASAN

3.1 Tanggung Jawab Grab Toko Terhadap Konsumen yang dirugikan dalam Jual Beli *Online*

Permasalahan yang muncul pada grab toko berawal dari pelaku usaha dituntut untuk mempunyai metode pemasaran yang baik, seperti dengan menggunakan iklan maupun tawaran atau promosi. Ketatnya persaingan antar pelaku usaha juga membuat para pelaku usaha tersebut berlomba-lomba menciptakan strategi bisnis untuk menarik konsumen. Salah satu strategi yang telah umum ditempuh oleh para pelaku usaha yakni mengadakan tawaran atau promosi dalam berbagai bentuk seperti memasang iklan di sosial media, melakukan penyebaran *broadcast* melalui *Whats-up*, maupun mengadakan program-program promosi dalam berbagai bentuk lainnya seperti pemberian *voucher* potongan harga, pemberian *cashback*, program gratis ongkir, maupun program promosi tertentu di waktu tertentu dengan jargon khasnya masing-masing sehingga mudah menarik konsumen, tawaran dengan barang elektronik murah.

Secara dasar konsumen tidak akan tahu semua macam produk secara menyeluruh maka ia sangat membutuhkan informasi mengenai produk yang beredar di pasar. Jika dilihat dari sisi konsumen, maka iklan atau promosi dapat membantu untuk menggali suatu informasi atau keterangan dari produk sehingga konsumen mendapatkan gambaran sebelum menjatuhkan pilihannya terhadap suatu produk. Akan tetapi, hadirnya *E-commerce* ini tidak menutup kemungkinan adanya kelemahan yang dapat mengakibatkan kerugian yang ditanggung oleh konsumen. Transaksi melalui media elektronik terkadang menimbulkan janji yang tidak memiliki kesesuaian dengan isi perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha. Program promosi oleh pelaku usaha telah diatur di dalam Pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana pada ayat (1) huruf e tercantum bahwa “Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut tersedia” dan Pasal 12 yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang

menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.” Informasi terkait keadaan suatu produk merupakan salah satu hak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam dalam Pasal 4 huruf c UUPK yakni “Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hal ini juga merupakan kewajiban dari pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam dalam Pasal 7 huruf b UUPK yakni memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”

Dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Di dalam transaksi jual beli barang dan jasa setidaknya terdapat dua pihak yang saling berhubungan, yaitu: pertama, pihak penyedia barang atau penyelenggara jasa, kedua, pihak pemakai/pengguna barang atau jasa itu. Dalam literatur ekonomi, kelompok pertama disebut sebagai pengusaha atau pelaku usaha, sedangkan kelompok kedua disebut sebagai konsumen dan disadari atau tidak, setiap manusia adalah konsumen.⁴⁷

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UU Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah “setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”, sedangkan berdasarkan pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen, Konsumen adalah “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk

⁴⁷ Firman Tumantara, *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)* (Malang: Setara Press, 2016), h.4.

diperdagangkan” Pelaku usaha dalam jual beli *online* meliputi pelaku usaha yang menjalankan grab toko yangmana memberikan jasa transaksi melalui media *online* dengan *website* dan pelaku usaha produsen barang yang memproduksi suatu barang dimana memasarkan barangnya melalui jasa grab toko, dan Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini berdasarkan jurnal Hukum UII Cindy Aulia Khotimah, ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.⁴⁸

Tanggung jawab pemilik grab toko dalam hal konsumen mengalami kerugian terkait Barang yang tidak sampai kepada konsumen. Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen terdapat 2 Pasal tentang hak konsumen yang sering dilanggar pelaku usaha dalam grab toko yakni adalah : Pasal 4 huruf a. “hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa” Pasal 4 huruf c. “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;”

Pasal 7 UU perlindungan konsumen setidaknya terdapat 2 Pasal tentang kewajiban Pelaku usaha yakni grab toko ini, yakni: Pasal 7 huruf b. “Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan” Pasal 7 huruf f. “Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Terjadi masalah bilamana konsumen mengalami kerugian dalam hal menggunakan jasa grab toko, bilamana dapat dilihat dari rumusan Pasal 1 Angka 2 dan Pasal 1 Angka 3 UU Perlindungan Konsumen yang mana pelaku usaha yakni pemilik grab toko yang menawarkan

⁴⁸ Cindy Aulia Khotimah Jeumpa Crisan Chairunnisa, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Belionline (E-Commerce)*, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2016, h. 15.

jasa kepada konsumen bilamana melanggar Hak Konsumen dan Kewajibannya maka pelaku usaha yakni pemilik grab toko dapat dimintai Pertanggung Jawabannya dan wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jasa dan/atau barang.

Menurut Shidarta dalam bukunya “Hukum Perlindungan Konsumen” secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :⁴⁹

1. Hak untuk mendapat keamanan (*the right to safety*).
2. Hak untuk mendapat informasi (*the right to be informed*).
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*).
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Berdasarkan analisis, pada transaksi *e-commerce* hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar, dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan hak-haknya secara penuh dalam transaksi *e-commerce*. Hak atas kenyamanan, keamanan. Hak untuk mendapatkan keamanan dalam bertransaksi *e-commerce* sangatlah kurang, karena untuk sistem pembayaran yang disediakan dalam situs grab toko hanya dengan cara pembayaran sistem pelunasan terlebih dahulu, tidak ada sistem *cash on delivery (COD)* atau bayar ditempat. Hal ini yang membuat konsumen tidak merasa aman dan ragu pada awalnya untuk bertransaksi di grab toko, akan tetapi pihak grab toko meyakinkan konsumen bahwa transaksi ini aman karena pihak grab toko mengatakan bahwa perusahaannya telah terdaftar.

Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk (baik barang ataupun jasa), karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk (baik barang ataupun jasa).⁵⁰

Konsumen yang merasa dirugikan dapat melaporkan tindakan yang dialami ke perusahaan penyedia jasa berbasis *online* yang terkait dengan melakukan pengaduan pada bagian *customer service*. Konsumen dapat

⁴⁹ Celina Tri, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h.31.

⁵⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, dalam Sudjana dan Elisantris Gultom (Eds), *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Keni Media, 2016), h.103.

melaporkan berupa kritik atau saran dan juga melaporkan kejadian yang merugikan konsumen saat menggunakan jasa layanan berbasis *online*. selain itu, konsumen dapat melakukan pengaduan dengan mengirimkan via email perusahaan dan akun media sosial perusahaan. Apabila setelah dilakukan pengaduan namun tidak ada tanggapan dari perusahaan maka konsumen dapat menggugat berdasarkan Pasal 23 UUPK.

Hak konsumen selaku pemakai jasa yang terdapat pada UUPK saling berkesinambungan antara pengguna jasa dan penyedia jasa. Hal tersebut terlihat pada masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan pengguna jasa merupakan hal yang paling pokok dalam perlindungan konsumen. Penyedia jasa yang membahayakan konsumennya maka tidak layak beroperasi. Selain itu konsumen pun berhak mendapatkan layanan yang sesuai dengan nilai tukar yang sudah diperjanjikan. Apabila terjadi kejadian yang tidak diinginkan maka konsumen berhak mendapatkan advokasi, perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa dan mendapatkan kompensasi berupa ganti rugi apabila tidak sesuai dengan perjanjian. Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan generasi keempat hak asasi manusia, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan di masa yang akan datang.⁵¹ Konsumen hendaknya untuk memperhatikan hak-hak apa saja yang mereka dapatkan agar nantinya tidak dirugikan dan tidak membiarkan saja kerugian yang dialaminya.

Konsumen berhak untuk mendapatkan perlindungan berupa tanggung jawab atas informasi, tanggung jawab hukum atas jasa yang diberikan dan tanggung jawab atas keamanan dan kenyamanan. Setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab terhadap apa yang dihasilkan atau diperdagangkan pada konsumen. Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban apabila konsumen merasa dirugikan saat menggunakan barang dan/atau jasa yang ia terima atau dengan kata lain tidak terlaksananya kewajiban hukum.

⁵¹ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 180.

Mengenai kewajiban pelaku usaha tercantum pada Pasal 7 UUPK. Dalam hal ini maka penyedia jasa harus melaksanakan kewajiban-kewajibannya dalam memberikan jasa kepada konsumennya seperti beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, melayani konsumen dengan benar, serta memberikan kompensasi berupa ganti rugi atau penggantian kepada konsumen yang merasa dirugikan. Hukum perlindungan konsumen di Indonesia sejak dahulu sudah mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha hal ini terdapat pada Pasal 19 UUPK. Bahwa berdasarkan Pasal 19 ayat (1) maka penyedia jasa harus bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen serta pada ayat (2) bahwa bentuk ganti rugi dapat berupa uang, penggantian jasa, perawatan kesehatan, atau pemberian santunan.

Pada dunia internet, banyak berlangsung transaksi pada aspek hukum bisnis. Salah satu aktivitas yang selalu dilaksanakan, yaitu aktivitas perdagangan. Karena aktivitas perdagangan tersebut, hadirlah suatu sistem transaksi perdagangan yang dilaksanakan dalam dunia internet yang dikenal dengan *e-commerce*⁵². Dunia perdagangan atau bisnis yang berkembang cepat mengusulkan sebuah bentuk atau sistem perdagangan yang inovatif dan kreatif mengikuti perkembangan teknologi yang tinggi di bidang media komunikasi dan informasi. Bentuk ini tentunya juga dipahami sebagai konstruksi terhadap bentuk perjanjian “klasik” yang selama ini populer, meskipun berbeda secara bentuk. Namun, secara substansi tetaplah sama dengan sentuhan modifikasi.

E-commerce pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengaplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan ialah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian, kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya⁵³. Suatu transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian

⁵² Meliala, *Analisis Yuridis Terhadap Legalitas Dokumen Elektronik Sebagai Alat Bukti Dalam Penyelesaian Sengketa*, Jurnal Wawasan Yuridika, Vol. 32, No. 1, 2015, h. 100.

⁵³ S Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No. 1, 2014, h. 291

jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya, dalam suatu transaksi *e-commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat suatu penawaran dari pihak penjual lalu ada suatu penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan⁵⁴. Salah satu kelebihan atau keuntungan dalam *e-commerce* adalah informasi yang beragam dan mendetail yang dapat diperoleh konsumen dibandingkan dengan perdagangan konvensional tanpa harus bersusah payah pergi ke banyak tempat. Namun demikian, *e-commerce* juga memiliki kelemahan. Metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen secara langsung serta tidak dapatnya konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen⁵⁵. Transaksi jual beli *online* memang mudah dan cepat tanpa pertemuan secara langsung dengan penjual, tetapi pembeli tidak dapat melihat langsung kondisi barang yang ingin dibeli. Jika dalam transaksi tersebut terdapat penipuan atau pihak penjual melakukan suatu wanprestasi, maka dapat dikenakan sanksi yang sesuai. Sehingga konsumen mendapat perlindungan hukum yang jelas⁵⁶.

E-commerce sudah diatur secara jelas dalam UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan). UU Perdagangan ini merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional. Hal ini sangat jelas dalam Pasal 2 huruf (a) tersebut yang menyatakan bahwa “kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”. Kepentingan nasional tersebut antara lain meliputi: mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri,

⁵⁴ Sukarmi dan Yudhi Tri Permono, *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Secara Online*, Jurnal Hukum, Vol. 35, No. 1, 2019, h. 88.

⁵⁵ Yudha Sri Wulandari, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli ECommerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 205.

⁵⁶ Basyirah Mustarin, *Tinjauan Hukum Nasional Dan Hukum Islam Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Jual Beli Online*, Jurnal Restorative Justice, Vol. 1, No. 2, 2017, h. 137.

memperluas pasar tenaga kerja, melindungi konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM dan lain sebagainya.⁵⁷

O.C Kaligis mengemukakan pendapat bahwa: “Perjanjian *e-commerce* yang dilakukan tanpa pertemuan yang secara langsung tetaplah sah menurut hukum dan menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak.” Menurut analisis penulis, walaupun perjanjian jual beli lewat transaksi elektronik tidak dilakukan pertemuan langsung dan para pihak kadang tidak saling mengenal. Sehingga para subjek hukum dalam perjanjian jual beli lewat transaksi elektronik tanpa bertemu dan begitu pula dengan objek yang diperjanjikan dalam jual beli, tetapi perjanjian tersebut yang dilakukan tanpa pertemuan secara langsung tetaplah sah menurut hukum dan menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak, sepanjang perjanjian tersebut telah memenuhi syarat sah perjanjian 1320 BW maupun ketentuan yang diatur dalam UU ITE dengan PP No. 71 Tahun 2019, dan perjanjian tersebut tidak dilarang oleh undang-undang dan tidak bertentangan dengan kesusilaan baik atau dengan ketertiban umum. Akan tetapi, apabila adanya unsur penipuan atau wanprestasi perjanjian jual beli lewat *online* maka akan memunculkan akibat hukum, baik akibat hukum pidana maupun hukum perdata. Pendapat penulis di atas, dikuatkan pula peraturan perundang-undangan dalam Pasal 46 PP No 71 Tahun 2019 diatur bahwa:

1. “Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak;
2. Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:
 - a. terdapat kesepakatan para pihak;
 - b. dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - c. terdapat hal tertentu; dan

⁵⁷ Az. Nasution, *Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet*, Jurnal Keadilan, Vol. 1, 2001, h. 28.

- d. objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.”

Pasal 18 ayat (1) UU ITE diatur bahwa: “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.” UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang juga dikenal sebagai UU ITE merupakan suatu perundang-undangan yang cukup baru. UU ITE tidak secara spesifik mengatur tentang hak dan kewajiban produsen dan konsumen *e-commerce*, melainkan UU ini lebih berfokus dalam memberikan kepastian hukum serta perlindungan hukum bagi pengguna maupun provider internet secara umum. Meskipun begitu, UU ITE tetap dapat dijadikan salah satu sumber perundangan yang penting untuk transaksi *e-commerce* di Indonesia⁵⁸. Terkait dengan penggunaan internet, yang merupakan pemanfaatan dari teknologi informasi dan transaksi elektronik, oleh karena itu harus dilakukan sesuai dengan Pasal 3 UU ITE⁵⁹. Dalam Pasal 3 UU ITE diatur bahwa: “Pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.” Dengan semakin berkembangnya perdagangan yang dilakukan secara *online*, tentunya akan mengakibatkan timbulnya akibat-akibat hukum, salah satunya terkait pelanggaran terhadap asas iktikad baik yang dilakukan oleh para pihak yang bersepakat. Konsekuensi dari adanya iktikad yang tidak baik dalam perjanjian jual beli *online*, yaitu dapat berakibat dituntutnya pihak yang beriktikad tidak baik tersebut tidak hanya secara perdata, namun dapat juga di bawah ke ranah hukum pidana, dikaitkan dengan kasus penipuan.

Penyelenggara agen elektronik wajib memperhatikan prinsip yang terdapat dalam Pasal 39 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019

⁵⁸ Reggiannie Christy Natalia, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Toko Online Di Media Sosial*, Law Review XVIII, Vol. 3, 2019, h. 79.

⁵⁹ Dhaniar Eka Budiastanti, *Perlindungan Hukum Terhadap Korban Tindak Pidana Penipuan Melalui Internet*, Jurnal Cakrawala Hukum, Vol. 8, No. 1, 2017, h. 25.

tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) diatur bahwa:

- a) kehati-hatian;
- b) pengamanan dan terintegrasinya sistem teknologi informasi;
- c) pengendalian pengamanan atas aktivitas transaksi elektronik;
- d) efektivitas dan efisiensi biaya;
- e) tanggung Jawab Penyelenggara Transaksi Elektronik; dan
- f) perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelaksanannya para pelaku atau penyelenggara sistem elektronik memiliki kewajiban seperti yang tertulis dalam Pasal 15 UU ITE diatur bahwa:

- 1) “Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya;
- 2) Penyelenggaraan Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya;
- 3) Ketentuan sebagaimana di maksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.”

Bagi para pengguna yang memanfaatkan situs forum atau web untuk memberikan informasi palsu dan melakukan serangkaian kebohongan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan, dalam hal ini berarti telah melanggar ketentuan dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang diatur sebagai berikut: “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.” Dalam Pasal 45 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik diatur bahwa:

- 1) “Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak;
- 2) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan:
 - a) iktikad baik;

- b) prinsip kehati-hatian;
- c) transparansi;
- d) akuntabilitas; dan
- e) kewajaran.”

Mengantisipasi, mengoptimalkan atau menekan terjadinya persoalan-persoalan hukum yang sering terjadi dalam jual beli *online*, utamanya masalah wanprestasi atau penipuan maka pelaku usaha maupun konsumen wajib mematuhi aturan UU ITE khususnya yang terdapat dalam Pasal 45 ayat (2) PP No 71 Tahun 2019, terutama wajib memperhatikan iktikad baik dalam transaksi jual beli *online* dan prinsip kehati-hatian, sehingga perjanjian jual beli *online* tidak rawan terjadinya penipuan atau wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Masalah iktikad baik ini sangat wajib diperhatikan oleh para pihak dalam jual beli *online* karena apabila salah satu pihak tidak mempunyai iktikad baik maka memunculkan akibat hukum, yaitu rawan terjadinya wanprestasi maupun penipuan.⁶⁰

Pasal 17 UU ITE diatur bahwa:

- 1) “Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.
- 2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.
- 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.”
Transaksi Elektronik diatur dalam UU ITE mulai dari Pasal 17 - 22.

Walaupun masalah perjanjian jual beli melalui transaksi elektronik telah memiliki kepastian hukum, sebagaimana diketahui pengaturan tentang transaksi elektronik yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai dasar utama

⁶⁰ I Gede Krisna Wahyu Wijaya dan Nyoman Satyayudha Dananjaya, *Penerapan Asas Iktikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online*, Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 6, No. 8, 2018, h. 9.

pengaturan jual beli *online* dan PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Akan tetapi, meskipun dengan adanya pengaturan hukum tersebut tetapi fakta di masyarakat masih ditemukan banyaknya pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya dalam jual beli *online*. Karena penegak hukum belum cukup mampu menerapkan dengan baik pengaturan hukum tersebut untuk mengantisipasi, mengoptimalkan atau menekan terjadinya persoalan-persoalan hukum yang sering terjadi dalam jual beli *online*, yaitu utamanya persoalan wanprestasi dalam jual beli *online*. Hal ini diungkapkan penulis berdasarkan masalah-masalah hukum dalam jual beli *online* yang masih sangat rawan terjadinya wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha.

Berdasarkan UUPK sebagai peraturan perundang-undangan yang berlaku, dalam kegiatan bertransaksi antara pelaku usaha dengan konsumen diatur mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha dan konsumen. Pemenuhan hak dan kewajiban ini berjalan apabila terjadi suatu pelanggaran dalam bertransaksi dan terjadi sengketa antara kedua belah pihak. Hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen jelas diatur dalam pasal 4 sampai 7 UUPK. Konsumen yang dirugikan dapat melaporkan pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Perlindungan terhadap konsumen juga menjadi upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait yakni, masyarakat, pelaku usaha dan pemerintah. Berdasarkan itu pula maka Pasal 2 UUPK mengatur 5 asas:⁶¹

1. Asas manfaat;
2. Asas keadilan;
3. Asas keseimbangan;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen;
5. Asas kepastian hukum

⁶¹ C.S.T Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 38.

Efektivitas bertransaksi secara *online* bahwa, mengacu pada UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang sudah ada pada tahun 1999, namun memang pada tahun itu belum marak adanya transaksi secara *online* seperti saat ini, dimana semuanya lebih mudah, cepat dan praktis. Masing-masing sistem berbelanja dan bertransaksi memiliki kelebihan dan kekurangannya, dan itu semua terdapat seluruh hak dan kewajiban bagi pihak pelaku usaha maupun konsumen yang terdapat di dalam UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut. Sudah menjadi hal yang wajib dalam bertransaksi baik secara *online* atau *offline*, asas-asas dalam pasal 2 UUPK perlu menjadi perhatian dalam bertransaksi baik kepada pelaku usaha maupun pihak konsumen. Adanya asas manfaat, asas keadilan (berlaku adil dan tidak curang) dalam bertransaksi, asas keseimbangan, asas keamanan dalam bertransaksi dan keselamatan konsumen, serta yang terpenting asas kepastian hukum bagi pihak pelaku usaha atau pihak konsumen.

Berkaitan dengan kasus PT Grab Toko Indonesia atau dikenal dengan grab toko, berdasarkan Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka grab toko sama sekali tidak menjalankan kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana diatur dalam pasal 7 UUPK. grab toko menjadi *e-commerce* yang tidak menjalankan perannya sebagai pelaku usaha dengan baik dan profesional sebagaimana diatur dalam pasal 7 UUPK. pihak grab toko tidak memiliki itikad baik dalam menjalankan usahanya, sebab pihak grab toko telah merugikan konsumen karena promosinya yang melalui iklan di media sosial dan papan *videotron* di jalanan dan mall. Adapun Desty Nurcahyani yang merupakan salah satu konsumen melihat tawaran promo dan diskon besar-besaran yang ditawarkan oleh pihak PT Grab Toko Indonesia melalui iklan yang terdapat di media sosial, sehingga Desty percaya bahwa PT Grab Toko Indonesia (*Grab* toko) sedang melakukan diskon secara besar-besaran seperti halnya *e-commerce* yang lainnya lakukan dalam mempromosikan produk mereka. Namun ketika Desty telah membeli ponsel tersebut di *website* PT Grab

Toko Indonesia, hingga beberapa minggu ponsel tersebut tidak kunjung datang.⁶² Kemudian, Desty bersama 4 (empat) orang lain yang juga mengalami kerugian mengadakan PT Grab Toko Indonesia ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sekaligus pihak kepolisian.

Kemudian pihak kepolisian menangkap CEO PT Grab Toko Indonesia, Yudha Manggala Putra untuk kemudian ditetapkan sebagai tersangka dalam kasus penipuan tersebut. Selain itu, pihak Grab toko tidak benar-benar memberikan informasi dengan jujur, benar dan jelas mengenai keadaan dan jaminan barang yang mereka pasarkan melalui iklan di media sosial. Pihak grab toko juga hingga sampai saat ini belum memberikan kompensasi/ganti rugi kepada konsumen yang merupakan korban penipuan yang dilakukan oleh pihak grab toko. Berkaitan dengan hal tersebut, maka pihak grab toko telah terbukti secara sah dan meyakinkan telah melakukan pelanggaran dalam bertransaksi berdasarkan ketentuan yang ada yaitu dalam pasal 7 UUPK yang mengatur kewajiban grab toko sebagai pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hubungan hukum antara pihak grab toko sebagai pelaku usaha dan Desty sebagai konsumen, tercantum juga di dalam pasal 1320 dan pasal 1338 KUHPerdata, dimana dikatakan bahwa pelaku usaha telah sepakat dengan apa yang telah dijanjikan ketika melakukan perjanjian dalam sebuah iklan, brosur, dan lainlain. Dengan adanya perjanjian tersebut, maka hal inipun dapat dijadikan sebagai perundang-undangan bagi pihak yang membuat, juga menjadi fenomena hukum yang ada mengenai pelaku usaha dan konsumen yang merupakan perdagangan barang serta jasa. Perlindungan hukum yang dapat diberikan terhadap konsumen dalam kasus ini, dimana konsumen (pembeli) yang mengalami kerugian yang diakibatkan oleh pihak grab toko, akan mendapat haknya penuh sebagai konsumen sesuai dengan apa yang diatur di dalam pasal 4 UUPK dan hak konsumen secara umum.

Konsumen yang dirugikan oleh pihak grab toko, akan menerima perlindungan yaitu pemenuhan hak-haknya sebagaimana diatur dalam UUPK

⁶² *Ibid.*

dan hak konsumen secara umum untuk mendapatkan perlindungan berupa keamanan dalam bertransaksi, menerima informasi yang benar dan jelas, hak untuk memilih barang dan jasa, hak untuk didengar keluhan atas barang atau jasa, mendapat advokasi atau perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa secara patut dari lembaga yang berwenang mengatasi permasalahan konsumen yakni BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), hak untuk mendapatkan kepastian dalam mendapatkan ganti rugi dan kompensasi terhadap barang yang telah diperjanjikan, dan perlindungan dari hak-hak konsumen yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya dan bagaimana kepastian hukumnya apabila terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen (pembeli).

Dengan demikian misalnya pelaku usaha, barang yang sudah diterima itu tidak boleh rusak, begitu juga dengan pelaku usaha seharusnya mempunyai syarat dan ketentuan. Adanya kebijakan seperti itu sehingga jika misalnya terdapat dari pihak pelaku usaha justru melakukan hal yang tidak diinginkan dalam bertransaksi (seperti halnya pihak grab toko), setidaknya ada ganti rugi yang diberikan kepada konsumen. Dalam hal ini, konsumen sudah beritikad baik walaupun barangnya belum dilihat dan belum jelas kepastiannya, tetapi pihak konsumen sudah mentransfer sejumlah uang.

Grab toko dalam hal ini telah melakukan wanprestasi karena sudah ada perjanjian atau kesepakatan di awal dengan pembeli, grab toko juga menggunakan media elektronik dalam memasarkan produk yaitu melalui *website* dan iklan yang ada di sosial media, grab toko juga melakukan pelanggaran yakni adanya ketidaksesuaian terhadap apa yang telah diperjanjikan dengan konsumen. Perkembangan jaman yang makin pesat mengakibatkan munculnya berbagai macam produk yang semakin kompetitif di mata konsumen, selain dengan terus meningkatkan kualitas produknya, pelaku usaha haruslah memiliki sistem pemasaran yang baik, salah satunya dengan melalui iklan. Agar produk atau barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha memiliki nilai jual yang tinggi, terkadang pelaku usaha menghalalkan segala cara yaitu salah satunya adalah melalui iklan yang memuat janji muluk-muluk mengenai kegunaan, manfaat dan keberadaan barang atau produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Namun pada kenyataannya produk tersebut memiliki kegunaan dan manfaat yang tidak sesuai dengan janji yang ditawarkan dan bahkan keberadaan barang tersebut tidak ada, sehingga pemasaran melalui iklan tersebut telah membohongi konsumen. Untuk itu konsumen perlu diberikan perlindungan terhadap iklan-iklan yang menyesatkan.

Peraturan yang mengatur perlindungan konsumen sangat diperlukan, karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi pelaku usaha. Kelemahan tersebut dikarenakan tidak adanya campur tangan konsumen pada proses produksi barang atau jasa yang diiklankan. Iklan yang baik haruslah memuat mengenai informasi yang benar, jujur, apa adanya, atau sesuai dengan kenyataan sebab mendapatkan informasi yang benar dan jujur adalah hak konsumen.⁶³ Iklan menyesatkan adalah suatu berita pesanan yang mendorong, membujuk khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa seperti surat kabar atau majalah, namun isi berita yang disajikan belum diketahui kebenarannya. Dampak negatif yang ditimbulkan ialah konsumen akan mengalami kerugian karena salah dalam memilih atau membeli barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi yang dijanjikan pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi oleh hukum.

Perlindungan hukum bagi konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam UUPK, yaitu dengan adanya pengaturan dalam Bab III Pasal 4 sampai dengan Pasal 7 mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dan juga hak dan kewajiban pelaku usaha. Dalam Bab IV upaya UUPK untuk melindungi konsumen, yaitu terdapat aturan mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha yang mengiklankan produknya larangan-larangan tersebut dapat dilihat dalam Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13 dan Pasal 17. Bentuk lainnya untuk melindungi konsumen, yaitu dengan dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang diatur pada Bab VIII UUPK dari Pasal 31 sampai Pasal 43. Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap iklan yang menyesatkan terdapat dalam UUPK khususnya terdapat dalam Pasal 20 yang menyatakan bahwa

⁶³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Prenada Media, 2006), h. 245.

“Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Sistem pembuktiannya diatur dalam Pasal 22 dan Pasal 28. Prinsip pertanggungjawaban yang terdapat dalam UUPK adalah tanggung jawab secara langsung atau mutlak. Tanggung jawab secara langsung tersebut tersirat dalam Pasal 7 sampai dengan pasal 11 dan lebih tegas dinyatakan dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK.

Perbuatan yang bersifat bohong atau menyesatkan ialah Pernyataan menyesatkan mengenai sifat, ciri, standar, atau mutu-mutu barang, pernyataan bohong dalam pemberian hadiah atau potongan harga, Iklan bohong, Penjualan produk yang disertai janji potongan harga apabila pembeli membawa serta calon pembeli lainnya kepada penjual. Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengamanatkan pembentukan lembaga yang akan menyelenggarakan perlindungan konsumen, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), sehingga melalui fungsi, tugas dan wewenang dari kedua lembaga tersebut diharapkan dapat mewujudkan perlindungan konsumen yang bersifat preventif. Peran lembaga yang bergerak dibidang perlindungan konsumen menjadi penting, yang terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Selanjutnya konsumen yang merasa dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha (BPSK). BPSK dalam hal ini berfungsi ganda, disatu sisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan kewenangan yudikatif untuk menyelesaikan sengketa konsumen dan disisi lain diberikan kewenangan eksekutif kepada BPSK untuk mengawasi pencantuman klausula baku yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu, dalam kasus wanprestasi yang dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia, upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan menjadi hal yang paling utama. Upaya perlindungan hukum baik secara preventif dan represif menjadi tolok ukur untuk

menyelesaikan sengketa dalam kasus wanprestasi oleh PT Grab Toko Indonesia dengan Desty Nurcahyani dan konsumen yang dirugikan lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab grab toko terhadap konsumen yang dirugikan dalam jual beli *online* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terdapat pada Pasal 4 UUPK huruf a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa Pasal 4 huruf c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa dan Pasal 19 ayat (1) UUPK maka penyedia jasa harus bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa dan mendapatkan kompensasi berupa ganti rugi apabila konsumen merasa dirugikan.

3.2 Upaya Penyelesaian yang dapat dilakukan oleh Konsumen Kepada Pihak Grab Toko dalam Jual Beli *Online*

Apabila kita berbicara tentang ketentuan hukum yang mengatur jual beli melalui internet, kita tidak dapat mengingkari bahwa hal ini pun tunduk pada ketentuan tentang jual beli pada umumnya karena yang membedakan antara keduanya hanyalah media yang digunakan sehingga ada pula dampak-dampak hukum tertentu yang perlu dicarikan ketentuan hukum yang mengatur tentang dampak-dampak tersebut.

Lahirnya kontrak elektronik juga pada saat tercapainya kesepakatan, yakni diterimanya penawaran yang dilakukan oleh salah satu pihak.⁶⁴ Dapat dikatakan bahwa apabila kita berbicara mengenai transaksi jual beli elektronik atau *e-commerce* tidak terlepas pada konsep jual beli yang secara umum diatur dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 KUHPERdata. Jika pengaturan mengenai jual beli media elektronik atau *e-commerce* dilakukan dengan menerapkan KUHPERdata secara analogi, maka terhadap *e-commerce* akan

⁶⁴ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h. 143.

diterapkan ketentuan-ketentuan dari KUHPerdata (Buku Ketiga tentang Perikatan). Dalam kaitan ini, secara garis besar dikemukakan beberapa ketentuan yang penting di dalam hukum perjanjian.⁶⁵ Perjanjian jual beli media elektronik tidak lepas dari konsep perjanjian secara mendasar yang terdapat dalam Pasal 1313 KUHPerdata yaitu: “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Maka untuk sahnya suatu perjanjian harus diperlukan empat syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdata:

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- 3) Suatu hal tertentu;
- 4) Suatu sebab yang halal. Dalam hal tidak dipenuhinya unsur pertama dan unsur kedua, maka kontrak tersebut dapat dibatalkan.

Berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata apabila tidak terpenuhinya unsur ketiga dan keempat, maka kontrak tersebut adalah batal demi hukum. Mengenai barang-barang yang dapat dijadikan objek dari suatu persetujuan, maka Pasal 1332 KUHPerdata menyatakan keharusan bahwa barang tersebut harus dapat diperdagangkan dan Pasal 1333 KUHPerdata yang menyatakan bahwa barang tersebut dapat ditentukan jenisnya ataupun dihitung. Barang yang baru ada pada waktu yang akan datang, dapat menjadi pokok suatu persetujuan (Pasal 1334 KUHPerdata).⁶⁶ Suatu perikatan dalam transaksi perdagangan elektronik menimbulkan suatu perjanjian yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam hal permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi jual beli media elektronik antara lain tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan informasi.

Ketentuan mengenai hak atas informasi yang benar dan jelas mengenai barang yang diperjualbelikan dalam KUHPerdata terdapat dalam Pasal 1473 yaitu: “Si penjual diwajibkan menyatakan dengan tegas apa ia mengikatkan

⁶⁵ Niniek Suparni, *Cyberspace “Problematika & Antisipasi Pengaturannya”* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 89.

⁶⁶ *Ibid*, h. 90.

dirinya: segala janji yang tidak terang dan dapat diberikan berbagai pengertian, harus ditafsirkan untuk kerugiannya” Transaksi jual beli melalui media elektronik atau *e-commerce* menurut beberapa peraturan perundang-undangan yang sudah di teliti ternyata telah memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Secara nasional aturan hukum yang memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dapat kita temui dalam UUPK yaitu mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Pasal 8 s/d Pasal 17) dan tanggung jawab pelaku usaha (Pasal 19 s/d Pasal 28). Dalam UUPK telah memberikan hak konsumen yang bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Namun begitu UUPK ini masih memiliki kekurangan yakni tidak dapat menjangkau pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri. Sesuai dengan Pasal 1 angka 3 UUPK bahwa pelaku usaha yang dimaksud yaitu hanya berkedudukan di wilayah hukum negara Republik Indonesia. Pengaturan hukum yang mengatur dan memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam kegiatan perdagangan yang menggunakan media elektronik atau *e-commerce* secara khusus dapat kita temukan dalam UU Perdagangan.

Perlindungan hukum yang terdapat dalam UU Perdagangan kepada konsumen *e-commerce* terdapat dalam Pasal 65 yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi secara benar dan lengkap mengenai barang yang akan diperdagangkan. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan kegiatan perdangan dengan menggunakan media elektronik dapat kita temui juga dalam UU ITE. Dalam UU ITE perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen *e-commerce* yaitu dalam Pasal 28 ayat (1). Perjanjian jual beli melalui media elektronik *e-commerce* pada dasarnya sama dengan perjanjian jual beli pada konvensional. Perjanjian jual beli elektronik tidak lepas dari konsep perjanjian pada umumnya yang terdapat dalam Pasal 1457 KUHPerdara. Maka untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan syarat-syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen yaitu hak atas informasi yang benar dan jujur mengenai barang yang diperdagangkan KUHPerdara telah mengaturnya dalam Pasal 1473.

Kesepakatan yang telah terjadi antara pihak penjual dan pihak pembeli dari grab toko ini termasuk ke dalam sebuah perjanjian yang dimana perjanjian sendiri diartikan sebagai suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih yang mana masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban yang timbul karena adanya perjanjian tersebut. Dan sumber perikatan yang terjadi antara pihak penjual dan pihak pembeli grab toko ini termasuk ke dalam persetujuan / perjanjian dalam bentuk tertulis (kontrak) yaitu suatu peristiwa di mana seorang berjanji untuk melaksanakan suatu hal yang dimana dari peristiwa inilah timbul hubungan hukum antara dua subjek hukum itu yang disebut dengan perikatan⁶⁷ yang dimana dalam kasus ini kontrak tertulis yang dibuat dalam bentuk elektronik yang dapat disebut sebagai Kontrak Elektronik yang sebagaimana tercantum dalam ketentuan Undang - Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada Pasal 1 ayat 17 yang disebutkan bahwa “Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik”. Kontrak elektronik ini sendiri merupakan alat bukti yang sah sebagaimana tercantum dalam Undang - Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada Pasal 5 ayat 1 yang disebutkan bahwa “Alat Bukti Elektronik ialah Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah, yang memenuhi persyaratan formil dan persyaratan materil yang diatur dalam UU ITE”.

Sesuai dengan ketentuan di dalam UU ITE pihak Penjual atau Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik atau *online* yang dalam hal kasus ini ialah pihak dari grab toko harus menyediakan informasi yang mengenai syarat - syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar. Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak terkait yang ada di dalamnya melakukan hubungan hukum yang diterapkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik. Berdasarkan Teori Kontrak Ekspresif yang dimana teori ini mengemukakan bahwa setiap kontrak yang dinyatakan dengan tegas (ekspresif) oleh para pihak baik dengan tertulis ataupun

⁶⁷ I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), h.13.

secara lisan, sejauh memenuhi syarat-syarat sahnya kontrak, dianggap sebagai ikatan yang sempurna bagi para pihak, *Pacta sun servenda*, maka kontrak elektronik yang terjadi antara pihak pembeli dan penjual dalam kasus ini telah jelas dan sempurna untuk kedua belah pihak sehingga kedua belah pihak harus menjalankan prestasi masing-masing sesuai dengan isi perjanjian/kontrak jual beli *online* tersebut. Sehingga apabila salah satu pihak melanggar/tidak menjalankan prestasi yang sebagaimana mestinya sesuai dengan isi perjanjian/kontrak tersebut maka pihak tersebut yang dalam kasus ini ialah pihak penjual yaitu grab toko dapat dikatakan telah melakukan wanprestasi (ingkar janji).

Kasus Wanprestasi *E-Commerce* oleh grab toko ini dapat dikategorikan sebagai perbuatan wanprestasi yang dilakukan oleh pihak penjual yang dimana dalam kasus ini pihak pembeli (*buyer*) yang dirugikan. Wanprestasi sendiri diartikan sebagai tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati dalam perikatan. Wanprestasi yang telah dilakukan oleh pihak penjual dalam hal ini ialah pihak dari grab toko ini termasuk dalam bentuk Penjual melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat yang dimana pihak dari grab toko ini tidak kunjung memberikan barang yang diperjanjikan kepada pihak pembeli terlalu lama dari tanggal yang diperjanjikan.

Menurut Abdul Kadir Muhammad wanprestasi dapat terjadi dikarenakan adanya keadaan memaksa (*overmacht / force majeure*) dan juga karena kesalahan, baik karena kesengajaan maupun karena kelalaian. Sebenarnya, pihak penjual yang telah melakukan wanprestasi mampu melakukan pembelaan dengan alasan tidak terpenuhinya prestasi yang seharusnya dilakukan oleh pihak penjual dikarenakan suatu keadaan yang memaksa (*overmacht*)⁶⁸ akan tetapi, dalam kasus ini kondisi dari pihak penjual yaitu grab toko tidak dapat dikategorikan sebagai *overmacht* melainkan sebagai kelalaian / kesengajaan dari pihak grab toko sendiri dikarenakan setelah dilakukan penyelidikan wanprestasi yang dilakukan oleh pihak grab toko ini diakibatkan oleh adanya aksi penggelapan

⁶⁸ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Prenada Media, 2010), h.21.

dana yang dilakukan oleh pihak grab toko sendiri yaitu Direktur Pelaksana Grab Toko Yudha Manggala Putra.

Apabila telah terjadi wanprestasi pada transaksi *online* tersebut maka pihak pembeli dapat memilih dengan jalur hukum sesuai dengan yang diatur dalam pasal 36 dan juga pasal 39 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik tentang penyelesaian sengketa, yaitu dapat ditempuh melalui jalur litigasi / pengadilan maupun jalur non-litigasi yang di dalam kasus ini pihak dari grab toko ingin menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi yaitu dengan memberikan kompensasi/penggantian kerugian serta pengembalian uang kepada pihak pembeli yang telah dirugikan, akan tetapi pihak pembeli lebih memilih untuk menyelesaikannya melalui jalur litigasi / jalur pengadilan dan non litigasi sehingga pihak pembeli yang merasa dirugikan melakukan pelaporan kepada pihak yang berwenang hal yang dilakukan oleh pihak pembeli ini telah sesuai dengan ketentuan pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 45 ayat 1 yang disebutkan bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

Cara kedua yang dipilih oleh salah satu konsumen dengan penyelesaian Sengketa Melalui Jalur Non Litigasi merupakan penyelesaian sengketa yang dilakukan secara damai atau secara kekeluargaan yang ditempuh oleh para pihak yang bersangkutan guna mencapai kesepakatan yang di inginkan atau mencari jalan keluar terhadap sengketa yang terjadi. Penyelesaian sengketa grab toko dengan konsumen menggunakan sistem non litigasi namun dapat juga menggunakan jalur hukum yang berlaku di Indonesia apabila konsumen masih belum puas dengan hasil yang di dapatkan dari pada penyelesaian sengketa melalui jalan kekeluargaan.⁶⁹

a. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersangkutan.

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 Ayat

⁶⁹ <https://repository.ummat.ac.id/968> / diakses pada tanggal 11 November 2022 Pukul 10.42 WIB

(2) UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa, yaitu konsumen dan pelaku usaha tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen, dan sepanjang tidak bertentangan dengan Undang-Undang perlindungan konsumen. Bahkan dalam pasal penjelasan tersebut dikemukakan bahwa pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian sengketa secara damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Dari penjelasan Pasal 45 ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK mengkehendaki agar penyelesaian dilakukan secara damai, merupakan upaya hukum yang justru harus terlebih dahulu dilakukan oleh para pihak yang bersengketa, sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) atau badan peradilan.

- b. Penyelesaian sengketa melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) BPSK merupakan badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Setiap konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat mengadukan masalahnya kepada BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), baik secara langsung, diwakili oleh kuasa hukumnya maupun oleh ahli warisnya.

Banyak celah dalam penerapan jual beli *online / e-commerce* ini yang menimbulkan kerugian bagi pembeli maupun penjual maka diperlukanlah kajian lebih lanjut dalam perbaikan sistem hukum terkait *e-commerce* ini, yang menurut Lawrence M. Friedman fungsi hukum ini memiliki 4 fungsi yaitu mendistribusikan dan menjaga alokasi nilai-nilai yang benar menurut masyarakat, penyelesaian sengketa, sosial kontrol berupa pemberlakuan peraturan mengenai perilaku yang benar, dan menciptakan norma-norma itu sendiri, bahan-bahan mentah bagi kontrol sosial⁷⁰, yang dimana dalam kasus ini sistem hukum ini diperlukan sebagai penyelesaian sengketa.

⁷⁰ Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Pengantar Ilmu Hukum (Introduction to Legal Science)* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2019), h.34.

BAB 4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Tanggung jawab grab toko terhadap konsumen yang dirugikan dalam jual beli *online* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat pada Pasal 4 UUPK huruf a “Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa”. huruf c “Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa” serta Pasal 19 ayat (1) UUPK “Penyedia jasa bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen”. Dalam hal ini pihak grab toko telah merugikan konsumen dalam bertransaksi *e-commerce*, konsumen tidak mendapatkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan oleh pihak grab dan konsumen juga tidak memperoleh informasi yang benar, jelas, jujur terkait apa yang telah di promosikan dan ditawarkan oleh grab toko. Maka dari karena itu grab toko selaku penyedia jasa harus bertanggung jawab atas apa yang telah merugikan konsumen dengan cara memberikan ganti rugi.
- 2) Upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen kepada pihak grab toko dalam jual beli *online* dapat diselesaikan melalui jalur litigasi maupun jalur non-litigasi sesuai dengan ketentuan pada Pasal 36 dan Pasal 39 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik tentang penyelesaian sengketa. Grab toko selaku pihak penjual tidak menjalankan prestasinya sesuai dengan perjanjian, maka dalam hal ini grab toko dapat dikatakan telah melakukan wanprestasi. Pihak grab toko ingin menyelesaikan sengketa melalui jalur non litigasi, yaitu dengan memberikan kompensasi kepada pihak pembeli yang dirugikan, akan tetapi pihak pembeli yang merasa dirugikan melakukan pelaporan kepada pihak yang berwenang yangmana hal yang dilakukan oleh pihak pembeli ini telah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 45 ayat 1 “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang

bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

4.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak pelaku usaha seharusnya memberikan informasi yang benar dan/atau jelas dengan jujur terhadap segala sesuatu yang disampaikan melalui tawaran dan/atau promosi karena informasi ini yang akan dijadikan pertimbangan konsumen dalam membeli atau memanfaatkan suatu produk agar tidak ada lagi konsumen yang merasa dirugikan.
2. Bagi konsumen kiranya harus lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi grab toko dan mengedepankan aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama. Bukan hanya mengedepankan aspek kepercayaan atau “*trust*” melainkan juga harus memperhatikan keamanan infrastruktur transaksi secara *online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual dan jaminan keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*).

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Barkatullah, Abdul Halim. 2010. *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- Dewi, Gemala. 2018. *Hukum Perikatan (Akad) dalam Hukum Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Halim, A Ridwan. 2015. *Pengantar Ilmu Hukum Dalam Tanya Jawab*. Bandung: Gahlia Indonesia.
- Hartanto, 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli Dengan Garansi*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hernoko, Agus Yudha. 2010. *Hukum Perjanjian*. Jakarta : Prenada Media.
- HS, Salim dan Nurbani, Erlies Septiana. 2019. *Pengantar Ilmu Hukum (Introduction to Legal Science)*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2017. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Kansil, C.S.T. 1989. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Miru, Ahmad. 2014. *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Miru, Ahmad dan Yodo, Sutarman. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muttaqin, Azhar. 2009 *Transaksi E-commerce dalam Tinjauan Hukum Islam*. Malang: Unniversitas Muhammadiyah.
- Nasution, Az. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diandit Media.
- Purbo, Onno W dan Wahyudi, Anang Arief. 2000. *Mengenal e-Commerce*. Jakarta: Alex Media Computendo.
- Purkon, Arip. 2014. *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, I Ketut Oka. 2020. *Hukum Perikatan*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sidabalok, Janus. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Prenada Media.

- Subekti, 2003. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa.
- Suparni, Niniek. 2009. *Cyberspace: Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Susanti, Dyah Ochtarina dan Efendi, A'an. 2014. *Penelitian Hukum (Legal Research)*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutarman, Ahmadi Miru, Yodo. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syawali, Husni dan Sri, Neni. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- Tarmizi, Erwandi. 2017. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: Berkat Mulia Insani.
- Tumantara, Firman. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*. Malang: Setara Press.
- Tri, Cerlina. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Widjaja, Gunawan dan Muljadi, Kartini. 2003. *Seri Hukum Perikatan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widjaja, Gunawan dan Yani, Ahmad. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for the Beginer*. Jakarta: Kompas Gramedia.

B. Jurnal

- Budiastanti, Dhaniar Eka, "Perlindungan Hukum Terhadap Korban Tindak Pidana Penipuan Melalui Internet", *Jurnal Cakrawala Hukum* 8: 1, 2017.
- Chairunnisa, Cindy Aulia Khotimah Jeumpa Crisan Chairunnisa, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli online (E-Commerce)", *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia* 2016.
- Gaharpung, Marianus, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen Korban atas Tindakan Pelaku Usaha", *Jurnal Yustika* 3: 1, 2000.

- Khairandy, Ridwan, "Pembaharuan Hukum Kontrak Sebagai Antisipasi Transaksi Elektronik Commerce", *Jurnal Hukum Bisnis* 16: 2001.
- Lastini, "Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Lex Privatum* 4: 6, 2016
- Mantri, Bagus Hanindy, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce", *Jurnal MMH* 37: 4, 2018.
- Meliala, "Analisis Yuridis Terhadap Legalitas Dokumen Elektronik Sebagai Alat Bukti Dalam Penyelesaian Sengketa", *Jurnal Wawasan Yuridika* 32: 1, 2015.
- Mustarin, Basyirah, "Tinjauan Hukum Nasional Dan Hukum Islam Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Jual Beli Online", *Jurnal Restorative Justice* 1: 2, 2017.
- Nasution, Az, "Revolusi Teknologi dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", *Jurnal Keadilan* 2001.
- Natalia, Reggiannie Christy, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Toko Online Di Media Sosial", *Law Review XVIII* 3: 2019.
- Nurgraha, Rifan Adi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online", *Jurnal Serambi Hukum* 8: 2, 2014.
- Putra, S, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce," *Jurnal Ilmu Hukum* 4: 1, 2014.
- Rasyid, M. Nur, "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik", *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala* 1: 3, 2017.
- Rianti, Ni Komang Ayu Nira Relies Rianti, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Hal Terjadinya Hortweighting Ditinjau Dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Magister Hukum Udayana* 2017.
- Septanto, Henri. "Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike." *Bina Insani ICT Journal* 3: 1, 2016.
- Sukarmi dan Permono Yudhi Tri, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Secara Online", *Jurnal Hukum* 35: 1, 2018.

Triana Sofiani, “Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Islam”, <http://ejournal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/Hukum/article/view/3/0>
Diakses pada tanggal 2 Agustus 2022.

Wijaya, I Gede Krisna Wijaya dan Dananjaya, Nyoman Satyayudha, “Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online”, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 6: 8, 2018.

Witono, ”Pembuatan Aplikasi Web Jual Beli Dan Lelang Online”, Jurnal Sistem Informasi 6: 1, 2018.

Wulandari, Yudha Sri, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli ECommerce”, Jurnal Ilmu Hukum 2: 2, 2018.

C. Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

D. Internet

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210108175429-37-214594/bpkn-grab-toko-wajib-ganti-rugi-konsumen>

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4be012381c490/sanksi-hukum>

<https://ekbis.sindonews.com/read/297638/34/korban-grab-toko-bikin-100-laporan-bpkn-sebut-tanggung-jawab-kemenkominfo-jakarta>

<https://tekno.kompas.com/read/2021/01/06/16450697/heboh-penipuan-grab-toko-konsumen-kehilangan-uang-sampai-rp-23-juta>

<http://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>

<http://www.jpnn.com/read/2015/04/27/300672/Perkembangan-BisniseCommerce-di-Indonesia-Melesat>

<https://www.grab.com/id/kios/legal/ketentuan-pendaftaran-toko/>

<https://repository.ummat.ac.id/968/>

LAMPIRAN

Lampiran 1

BPKN: Grab Toko Wajib Ganti Rugi Konsumen

TECH - Novina Putri Bestari, CNBC Indonesia

08 January 2021 17:57

Jakarta, CNBC Indonesia - Badan Perlindungan Konsumen Nasional Republik Indonesia (BPKN RI) mengungkapkan sudah menerima 100 lebih pengaduan atas insiden penipuan yang terjadi di Grab Toko. Lembaga ini juga meminta konsumen lain yang merasa dirugikan Grab Toko untuk melaporkan ke lembaga ini.

Menurut Arief Safari selaku Ketua Komisi Penelitian dan Pengembangan BPKN RI, kasus tersebut menghadapkan konsumen pada kondisi dimana konsumen berpeluang besar menanggung risiko kerugian yang disebabkan wanprestasi produsen akibat konsumen tergiur dengan diskon yang besar dimana harga yang ditawarkan sangat jauh lebih murah dari pasaran.

Tergiur janji-janji promosi diskon, konsumen yang memesan dan membayar handphone di Grab Toko, namun pesannya tak kunjung sampai. Tim Advokasi BPKN RI sudah melakukan investigasi lapangan ke kantor Grab Toko yang berada, namun tidak ditemukan adanya perusahaan Grab Toko.

"Grab Toko wajib memberikan kompensasi berupa ganti rugi kepada konsumen yang telah melakukan transaksi di GrabToko tanpa perlu menunggu penyidikan dari pihak kepolisian," ujar Arief Safari dalam keterangan resmi, Jumat (8/1/2021).

"BPKN RI menghimbau agar masyarakat selaku konsumen untuk lebih cerdas, cermat dan teliti melakukan transaksi jual beli secara online dan tidak mudah tergiur dengan penawaran harga murah."

Ketua BPKN RI Rizal E. Halim, menambahkan, berdasarkan UU Perlindungan Konsumen 8 Tahun 1999 Pasal 4 huruf h ditegaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan juga sesuai Pasal 7 huruf f UUPK pelaku usaha berkewajiban memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila

barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

"Selain ketentuan Pasal 4 dan Pasal 7 tersebut, pemberi layanan juga dapat dianggap melanggar ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf a, dimana sanksinya diatur dalam Pasal 62 ayat (1). Selain pemberian sanksi ganda yakni perdata dan pidana (Pasal 19 ayat 1 dan ayat 4), UUPK juga bisa mencabut ijin usaha perusahaan ini sesuai dengan ketentuan Pasal 63," tandas Rizal.

Rizal E Halim mengungkapkan pihaknya juga menyarankan Kementerian Kominfo untuk mereview kembali tatakelola Grab Toko sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik.

"Jika terbukti Grab Toko melakukan pelanggaran terhadap kewajiban penerapan tata kelola sistem elektronik yang baik dan akuntabel, maka perlu diberikan sanksi sesuai ketentuan. Bahkan apabila perlu segera jangan sungkan-sungkan untuk mencabut izinnya dan segera diblokir layanannya."

Selain itu, tambah Rizal, terkait dengan shifting transaksi dari offline ke online selama pandemi ini, maka pengawasan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik perlu ditingkatkan.

"Kementerian Perdagangan pun perlu meningkatkan pengawasan terhadap penyelenggara platform Perdagangan Melalui Sistem Elektronik untuk menghindari kerugian konsumen yang semakin besar," pungkas Rizal. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210108175429-37-214594/bpkn-grab-toko-wajib-ganti-rugi-konsumen>

Lampiran 2

Heboh Penipuan Grab Toko, Konsumen Kehilangan Uang sampai Rp 23 Juta Kompas.com - 06/01/2021, 16:45 WIB B

AGIKAN: [Komentar1](#) [Lihat Foto](#) [Ilustrasi banner diskon Grab Toko\(KOMPAS.com/Kevin Rizky Pratama\)](#) Penulis [Kevin Rizky Pratama](#) | Editor [Reska K. Nistanto](#)

KOMPAS.com - Sejumlah konsumen di Indonesia mengaku telah ditipu oleh perusahaan jual beli barang Grab Toko. Barang yang telah mereka bayar tak kunjung dikirim. Belakangan, beredar tangkapan layar akun Instagram milik Grab Toko yang mengklaim telah terjadi penggelapan uang konsumen oleh pihak investor. Baca juga: Alasan Orang Indonesia Sering Jadi Korban Penipuan lewat Modus OTP Konsumen yang merasa telah ditipu itu berkeluh kesah di Twitter. Sebagian mengaku telah mentransfer sejumlah uang untuk produk elektronik/gadget, bahkan ada yang sampai mentransfer hingga Rp 23 juta. Seorang pembeli, pada Rabu (6/1/2021) menulis di akun Twitter, bahwa ia telah memesan dua buah iPhone 11 Pro 256 GB, masing-masing seharga Rp 11,5 juta. Sehingga total kerugian yang dideritanya mencapai Rp 23 juta. Untuk diketahui, GrabToko merupakan platform jual beli yang didirikan pada Agustus 2020. Platform ini menjajakan berbagai produk elektronik, seperti laptop, ponsel, serta aksesoris digital dan konsol gaming dengan harga miring. Baca juga: 5 Tips Hindari Penipuan Modus Pencurian OTP Grab Toko kerap memberikan promo potongan harga yang terbilang besar. Misalnya, iPhone 12 varian 128 GB dijual dengan harga Rp 10,4 juta dari harga asli Rp 16,5 juta. Pada Rabu (6/1/2021), beredar tangkapan layar (screenshot) Instagram Story dari akun Grabtokoid, yang mengklaim bahwa pihak investor secara diam-diam melarikan uang milik konsumen Grab Toko. Seseorang yang mengaku sebagai Managing Director PT Grab Toko Indonesia, Yudha Manggala Putra, dalam pesan WhatsApp kepada pelanggan mengaku telah melaporkan kasus penggelapan dana Grab Toko kepada pihak kepolisian. "Kami akan mengembalikan uang konsumen secepatnya setelah melalui proses penyidikan oleh kepolisian. Sekali lagi, saya minta maaf atas kerugian yang ditimbulkan," begitu juga tulis akun Instagram @grabtokoid. Namun, saat berita ini ditayangkan, akun Instagram milik GrabToko (@grabtokoid) sudah tidak dapat dicari oleh pengguna melalui kolom pencarian. Tidak ada lagi keterangan lanjutan dari Grab Toko. Baca juga: Waspada 3 Modus Penipuan Lewat WhatsApp Berikut Ini Meski memiliki nama yang mirip, Grab Toko tidak memiliki keterikatan dengan perusahaan ride-hailing, Grab Indonesia. "Grab Indonesia tidak mengetahui dan tidak memiliki hubungan dengan situs web perdagangan dan akun media sosial yang menggunakan nama Grab Toko," kata Senior Manager & Policy Communications Grab Indonesia Dewi Nuraini kepada KompasTekno, Rabu (6/1/2021). Dapatkan update berita pilihan dan breaking news setiap hari dari

Kompas.com. Mari bergabung di Grup Telegram "Kompas.com News Update", caranya klik link <https://t.me/kompascomupdate>, kemudian join. Anda harus install aplikasi Telegram terlebih dulu di ponsel

Artikel ini telah tayang di [Kompas.com](https://www.kompas.com) dengan judul "Heboh Penipuan Grab Toko, Konsumen Kehilangan Uang sampai Rp 23 Juta", Klik untuk baca: <https://tekno.kompas.com/read/2021/01/06/16450697/heboh-penipuan-grab-toko-konsumen-kehilangan-uang-sampai-rp-23-juta>.

Penulis: Kevin Rizky Pratama
Editor : Reska K. Nistanto

Download aplikasi [Kompas.com](https://www.kompas.com) untuk akses berita lebih mudah dan cepat:
Android: <https://bit.ly/3g85pkA>
iOS: <https://apple.co/3hXWJOL>

