



SKRIPSI

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PT BUKALAPAK TERHADAP BIAYA
ONGKOS KIRIM YANG BERBEDA DALAM JUAL BELI *ONLINE***

*Juridical Liability Of PT Bukalapak Towards Different Shipping
Cost Of Trading Online*

Oleh :

**YOGI FIRMANDA
NIM. 150710101423**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2019

SKRIPSI

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PT BUKALAPAK TERHADAP BIAYA
ONGKOS KIRIM YANG BERBEDA DALAM JUAL BELI *ONLINE***

*Juridical Responsibility Of PT Bukalapak Towards Different
Shipping Cost Of Trading Online*

Oleh :

YOGI FIRMANDA

NIM. 150710101423

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2019

MOTTO

“Lulus kuliah itu tanggungjawab anak kepada orang tua”

(Iksan Skuter)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku, Megawan Mashari dan Hamida Meotia yang senantiasa mendoakan, selalu memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi dan nasihat selama ini, serta selalu mengarahkan di setiap tujuanku.
2. Almamater Universitas Jember.
3. Seluruh Guru dan Dosenku sejak Taman Kanak-Kanak sampai Perguruan Tinggi yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu-ilmunya yang sangat bermanfaat dan berguna serta membimbing dengan penuh kesabaran.

PERSYARATAN GELAR

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PT BUKALAPAK TERHADAP BIAYA
ONGKOS KIRIM YANG BERBEDA DALAM JUAL BELI *ONLINE***

*Juridical Responsibility Of PT Bukalapak Towards Different
Shipping Cost Of Trading Online*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum dalam Menyelesaikan
Program Studi Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember

Oleh :

YOGI FIRMANDA

NIM. 150710101423

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2019**


PERSETUJUAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 19 November 2019

Oleh :

Dosen Pembimbing Utama



Nanang Suparto, S.H., M.H.
NIP. 195711211984031001

Dosen Pembimbing Anggota



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

PENGESAHAN

TANGGUNG JAWAB HUKUM PT BUKALAPAK TERHADAP BIAYA
ONGKOS KIRIM YANG BERBEDA DALAM JUAL BELI *ONLINE*

Oleh :

YOGI FIRMANDA

NIM. 1501710101423

Dosen Pembimbing Utama



Nanang Suparto, S.H., M.H.

NIP. 195711211984031001

Dosen Pembimbing Anggota



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

NRP. 760012482

Mengesahkan

Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi

Universitas Jember

Fakultas Hukum

Dekan



Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H.

NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 19

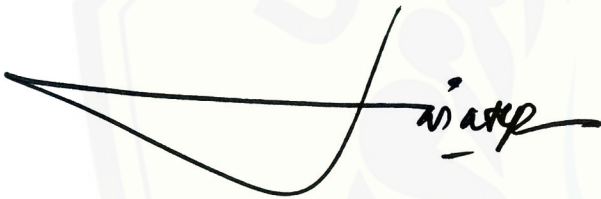
Bulan : November

Tahun : 2019

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji :

Ketua,



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

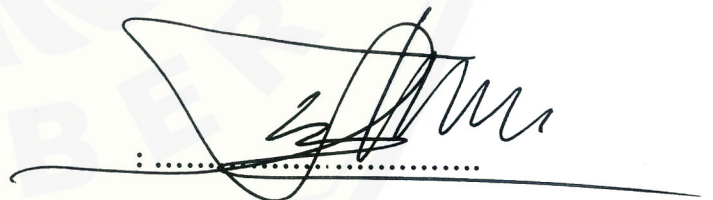
Sekretaris,



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

Anggota Penguji :

Nanang Suparto, S.H., M.H.
NIP. 195711211984031001



:

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



:

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yogi Firmanda

NIM 150710101423

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul
**“TANGGUNG JAWAB HUKUM PT BUKALAPAK TERHADAP BIAYA
ONGKOS KIRIM YANG BERBEDA DALAM JUAL BELI *ONLINE*”**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 November 2019

Yang menyatakan,



Yogi Firmanda

NIM. 150710101423

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Hanya karena rahmat dan kuasa-Nya, penulis diberi kemampuan serta hikmah yang terbaik dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“TANGGUNG JAWAB HUKUM PT BUKALAPAK TERHADAP BIAYA ONGKOS KIRIM YANG BERBEDA DALAM JUAL BELI *ONLINE* ”**.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Nanang Suparto, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk memberikan pengetahuan, pengarahan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini;
2. Bapak Rhama Wisnu Whardana, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat membimbing dan mengarahkan dengan sabar, serta mendampingi hingga terselesainya penyusunan skripsi ini;
3. Bapak I Wayan Yasa, S.H., M.H. selaku Ketua Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk menguji sehingga dapat memberikan evaluasi dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini;
4. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum. selaku Sekretaris Penguji yang juga telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan mengevaluasi skripsi ini menjadi lebih baik;
5. Bapak Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Ibu Dr. Dyah Octorina Susanti, S.H., M.Hum. selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Jember;
7. Bapak Echwan Iriyanto, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Jember;
8. Bapak Dr. Aries Harianto, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember;

9. Bapak Gautama Budi Arundhati, S.H., LL.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan waktu, nasihat dan motivasi yang telah diberikan selama ini;
10. Seluruh dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Jember terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga dapat bermanfaat di masyarakat;
11. Kedua orang tua, Megawan Mashari dan Hamida Meotia, kakak penulis Yoga Pandawa dan Fitri Ida Megawati, yang telah memberikan bimbingan, kasih sayang, doa, dukungan serta air mata;
12. Para petarung yang telah bersama sama berjuang dari maba Adi, Aldi, Dika, Noval, Iqbal, Kentung dan kawan kawan;
13. Yang selalu menemani dari awal semester 1 sampai awal semester 8 dan tidak bisa menemani membuat karya ini Delli Savira Wilujeng;
14. Yang selalu menemani dikala susah dan hilang dikala senang Isnani Puja Ramadani S.H.;
15. Teman Kos Jawa 2 blok G, yang selalu menginspirasi Bos Lutfi, Bagoes, Dwiki, Daus, Aul, Iga, Guna, Zaki dan kawan-kawan;
16. Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan, doa, motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa pada skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan akibat keterbatasan kemampuan serta pengetahuan penulis. Oleh karena itu, perlu kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat menambah wawasan referensi serta bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jember, 19 November 2019

Penulis

RINGKASAN

Setelah dibukanya internet untuk keperluan publik, semakin banyak muncul aplikasi-aplikasi bisnis di internet atau yang biasa disebut *e-commerce* (*electronic commerce*). *E-commerce* telah mengubah wajah bisnis di Indonesia. Selain disebabkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, *e-commerce* lahir karena tuntutan masyarakat yang membutuhkan pelayanan yang serba cepat, mudah dan praktis. PT Bukalapak.com yang sering di sebut Bukalapak merupakan suatu perseroan terbatas yang salah satu jenis usahanya bergerak di bidang jasa portal web. Bukalapak dalam hal ini menyediakan *Platform* perdagangan elektronik (*e-commerce*) di mana Pengguna dapat melakukan transaksi jual-beli barang dan menggunakan berbagai fitur serta layanan yang tersedia. Fakta dalam setiap transaksi khususnya pada barang yang rentan rusak atau pecah, penjual terkadang mengalami kerugian dalam melakukan pengiriman. Yang disaat melakukan pengiriman penjual di haruskan menggunakan *packing* kayu agar barang aman dalam perjalanan sampai pada pembeli. Karena dalam aplikasi Bukalapak tidak menyediakan fitur pengiriman dengan *packing* kayu maka penjual melakukan penambahan pada berat barang yang dijualnya guna menutup biaya tambahan pada biaya ongkos kirim yang berbeda dengan aplikasi Bukalapak.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini meliputi 2 (dua) hal, pertama apa bentuk tanggung jawab hukum Bukalapak terhadap penjual ketika terjadi ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi. Kedua, bagaimana upaya penyelesaian sengketa bagi penjual terkait ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi.

Tujuan penelitian ini adalah pertama untuk mengetahui dan memahami bentuk tanggung jawab hukum Bukalapak terhadap penjual ketika terjadi ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi. Kedua, untuk mengetahui dan menganalisa upaya yang dilakukan dalam penyelesaian sengketa terkait ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini menggunakan tipe penelitian yang bersifat yuridis normatif, yakni penelitian yang memfokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan undang-undang (*Statue Approach*) dan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*). Pada bahan hukum, penulis menggunakan 2 (dua) bahan hukum, antara lain bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Analisis bahan hukum yang digunakan adalah deduktif.

Kesimpulan dari skripsi ini yang pertama tanggung jawab hukum PT Bukalapak terhadap kerugian konsumen pengguna jasa layanan BukaPengiriman yang mendapati ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dapat menggunakan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Akan tetapi, dalam aturan yang terdapat dalam *website* resmi PT Bukalapak menjelaskan bahwa pihak PT Bukalapak tidak bertanggung jawab atas ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan yang ada di aplikasi karena terkait dengan syarat dan ketentuan pengiriman barang dalam layanan BukaPengiriman

sepenuhnya ditentukan oleh pihak jasa ekspedisi pengiriman barang dan sepenuhnya menjadi tanggung jawab pihak jasa ekspedisi pengiriman barang. Kedua, Upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi Bukalapak sesuai dengan ketentuan Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu bisa melalui jalur alternatif atau di luar pengadilan (*non litigasi*) dan pengadilan (*litigasi*). Apabila para pihak lebih memilih penyelesaian sengketa dilakukan dengan melalui jalur di luar pengadilan (*non litigasi*) bisa memanfaatkan lembaga yang khusus menangani sengketa konsumen, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPSKM). Apabila penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan (*litigasi*), yaitu melalui pengadilan negeri dengan mengajukan gugatan wanprestasi.

Berkaitan dengan kesimpulan tersebut maka saran penulis pertama hendaknya PT Bukalapak lebih tanggap terhadap keluhan dari para pengguna aplikasi Bukalapak yaitu konsumen. Serta PT Bukalapak harus lebih memperhatikan konsumen, khususnya penjual agar dibuatkan sebuah fitur baru yang khusus yaitu biaya tambahan untuk pengiriman asuransi yang mewajibkan menggunakan *packing* kayu yang selama ini sering kali merugikan penjual akibat biaya tambahan yang dikenakan. Kedua, hendaknya setiap masalah yang terjadi antara konsumen dengan PT Bukalapak dapat diselesaikan secara damai. Hal ini karena memang merupakan penyelesaian masalah terbaik. Pihak yang merasa dirugikan dapat menyampaikan keluhan atas masalah yang dialaminya akibat terjadinya cedera janji tersebut. Pihak yang bertanggung jawab akan dengan mudah untuk bernegosiasi dengan pihak yang dirugikan dan mencari solusi terbaik yang akan disepakati oleh kedua pihak guna untuk mencapai kesepakatan bersama. Serta hendaknya pemerintah menyediakan lembaga yang khusus untuk menerima aspirasi masyarakat. Ini penting, karena aspirasi masyarakat yang sudah pernah mengalami sengketa akan memberikan poin-poin khusus yang nantinya akan menjadi pertimbangan terkait sanksi kepada pelaku usaha atau penyedia jasa.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4 Metode Penelitian.....	6
1.4.1 Tipe Penelitian	6
1.4.2 Pendekatan Penelitian	6
1.4.3 Sumber Bahan Hukum	7
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer	7
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder.....	8
1.4.3.3 Bahan Non Hukum.....	8
1.4.4 Analisis Bahan Hukum.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tanggung Jawab Hukum.....	9
2.1.1 Pengertian Tanggung Jawab Hukum.....	9
2.1.2 Macam-Macam Bentuk Tanggung Jawab Hukum.....	10

2.2	Konsumen dan Pelaku Usaha	11
2.2.1	Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha	11
2.2.2	Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	12
2.2.3	Larangan Bagi Pelaku Usaha.....	13
2.3	Jual Beli <i>Online</i>	15
2.3.1	Pengertian Jual Beli	15
2.3.2	Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli.....	17
2.3.3	Pengertian Jual Beli Online	20
2.4	PT Bukalapak	21
2.4.1	Perseroan Terbatas.....	21
2.4.2	Bukalapak	22
2.4.3	Pengertian <i>E-Commerce</i>	22
BAB 3 PEMBAHASAN		25
3.1	Tanggung Jawab Hukum PT Bukalapak Terhadap Penjual Ketika Terjadi Ketidaksesuaian Biaya Ongkos Kirim Dengan Aplikasi.....	25
3.2	Upaya Penyelesaian Sengketa Bagi Penjual Terkait Ketidaksesuaian Biaya Ongkos Kirim Dengan Aplikasi	37
BAB 4 PENUTUP		55
4.1	Kesimpulan	55
4.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pada masa kini identik dengan fenomena kemajuan dibidang teknologi, informasi dan komunikasi yang berlangsung begitu cepat hampir disemua bidang kehidupan tidak lepas dari kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi. Globalisasi pada dasarnya bermula dari awal abad ke-20, pada saat terjadinya revolusi transportasi dan elektronika yang mempercepat dan menyebarluaskan perdagangan antar bangsa, disamping penambahan dan kecepatan lalu lintas barang dan jasa.¹

Pada era globalisasi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah era semakin cepat dan praktisnya kegiatan manusia yang merupakan akibat dari kemajuan di bidang teknologi, informasi dan komunikasi dan hal ini adalah suatu hal yang sulit untuk dihindari, karena sebagai masyarakat dituntut untuk senantiasa mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, bila masyarakat menghindari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi maka sebagai masyarakat akan tertinggal dari peradaban manusia yang serba cepat dan praktis. Adapun yang seharusnya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengambil dampak positif dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi guna memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kemajuan bangsa. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Di samping itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat.²

Pada mulanya jaringan internet hanya dapat digunakan oleh lingkungan pendidikan (perguruan tinggi) dan lembaga penelitian. Kemudian pada tahun 1995 internet mulai digunakan untuk publik. Beberapa tahun kemudian, Tim Berners-

¹. Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *CYBER LAW Aspek Teknologi Informasi* (Bandung: Refika Aditama, 2005), hlm. 1

². Ahmad M. Ramli, *CYBER LAW dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2006), hlm. 1

Lee mengembangkan aplikasi *world wide web (www)* yang memudahkan orang untuk mengakses informasi di internet. Setelah dibukanya internet untuk keperluan publik semakin banyak muncul aplikasi-aplikasi bisnis di internet atau yang biasa disebut *e-commerce (electronic commerce)*.³ *E-commerce* telah mengubah wajah bisnis di Indonesia. Selain disebabkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, *e-commerce* lahir karena tuntutan masyarakat yang membutuhkan pelayanan yang serba cepat, mudah dan praktis.

Masyarakat memiliki ruang gerak yang luas dalam memilih produk baik barang maupun jasa yang akan dipergunakan tentunya dengan berbagai kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan yang diinginkan. Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini bertumbuh pesat, peluang bisnis di berbagai bidang semakin bertambah seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat. Pelaku usaha mengembangkan usahanya secara inovatif dan kreatif agar mampu menghadapi persaingan antar pelaku usaha. Pada era globalisasi, pelaku usaha mulai mengembangkan usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana usaha.

PT Bukalapak.com yang sering di sebut Bukalapak merupakan suatu perseroan terbatas yang salah satu jenis usahanya bergerak di bidang jasa portal web. Bukalapak dalam hal ini menyediakan *Platform* perdagangan elektronik (*e-commerce*) Pengguna dapat melakukan transaksi jual-beli barang dan menggunakan berbagai fitur serta layanan yang tersedia. Setiap pihak yang berada di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dapat mengakses *Platform* Bukalapak untuk kemudian membuka lapak, menjual barang, membeli barang, menggunakan fitur/layanan, atau hanya sekedar mengakses/mengunjungi *Platform* Bukalapak. Sebagai penunjang bisnis dan penyedia Platform perdagangan elektronik Bukalapak menjamin keamanan dan kenyamanan bagi para Penggunanya.

Di Bukalapak selain pengguna dapat melakukan transaksi jual beli di dalam aplikasi tersebut juga terdapat banyak sekali fitur yang dapat di gunakan oleh

³. Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Op. Cit.* hlm. 4

pengguna aplikasi di antaranya adalah layanan prabayar dan pascabayar listrik, air, pulsa, BPJS Kesehatan, tiket event, tiket kereta api dan pesawat, *Live TV* (*streaming TV*), Buka Nonton (*streaming film di Kereta Api*), Buka Reksa (investasi reksadana), BukaEmas (Jual beli logam mulia), hingga Buka Polling. Dari aneka fitur yang di sebutkan di atas juga terdapat fitur promo *voucer* yang dapat digunakan pengguna dalam melakukan transaksi guna mendapatkan potongan harga sesuai dengan ketentuan *voucer* tersebut. Terlepas dari aneka fitur yang di tawarkan dalam aplikasi Bukalapak, dalam setiap transaksi yang di lakukan pembeli di haruskan membayar sesuai dengan keterangan pada transaksi tagihan tersebut, yang nantinya penjual akan mendapatkan nominal pembayaran sesuai dengan apa yang di bayarkan oleh pembeli.⁴ Untuk memanfaatkan semua fasilitas yang ada dalam bukalapak, pengguna dapat mengakses menggunakan web ataupun aplikasi dengan syarat pengguna wajib memiliki akun bukalapak terlebih dahulu dengan cara mengisi form yang telah di sediakan oleh bukalapak.

Fakta dalam setiap transaksi khususnya pada barang yang rentan rusak atau pecah, penjual terkadang mengalami kerugian dalam melakukan pengiriman. Yang disaat melakukan pengiriman penjual di haruskan menggunakan *packing* kayu agar barang aman dalam perjalanan sampai pada pembeli. Karena dalam aplikasi Bukalapak tidak menyediakan fitur pengiriman dengan *packing* kayu maka penjual melakukan penambahan pada berat barang yang dijualnya guna menutup biaya tambahan pada biaya ongkos kirim yang berbeda dengan aplikasi Bukalapak.

Penjual masih belum bisa menyesuaikan biaya ongkos kirim dengan penjual, yaitu di saat penjual berasal dari Jember mendapatkan order *LED TV* seorang pembeli dari Lombok dengan berat asli barang 7 kilogram (kg), yang harus di kemas kayu sehingga berat dan volume bertambah menjadi 9 kg dengan tambahan biaya kemas sebesar 30 ribu rupiah. Maka dengan ongkos kirim Jember sampai dengan lombok adalah 33 ribu rupiah, penjual dapat menambah 1 kg berat barang menjadi 10 kg sehingga bisa menutup biaya ongkos kirim serta *packing*

⁴ Diakses melalui : <https://www.bukalapak.com/terms> pada hari Minggu, 28 Juli 2019, pukul 19:00 WIB

kayu dengan kelebihan biaya yang di keluarkan pembeli sebesar 3 ribu rupiah. Berbeda apabila pembeli berasal dari Banyuwangi, biaya ongkos kirim hanya 5 ribu rupiah dengan berat barang dan packing kayu seberat 9 kg di tambah biaya ongkos kirim 30 ribu rupiah, bila deskripsi tetap menjadi 10 kg maka penjual mengalami kerugian sebesar 25 ribu rupiah.

Penjual sebagai pengguna jasa pemasaran termasuk penghitungan biaya pengiriman yang tidak sesuai melalui PT Bukalapak diduga bertentangan dengan Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK menyatakan Bahwa : “Kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha nya”, pasal 7 huruf b UUPK menyatakan: “pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan pennggunaan, perbaikan dan pemeliharaa n.” Pasal 7 huruf g UUPK yang menyatakan bahwa : “Pelaku usaha berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa yang dihasilkan atau di perdagangan” dan tidak sesuai dengan pasal 10 huruf a UUPK yang menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa.”

Hal inilah yang kemudian menimbulkan kerugian bagi pihak yang menggunakan aplikasi Bukalapak khususnya penjual sehingga timbul permasalahan yang harus di selesaikan Bukalapak terhadap penjual.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kajian dan pembahasan lebih lanjut dalam karya tulis ilmiah yang berbentuk skripsi dengan judul **“TANGGUNG JAWAB HUKUM PT BUKALAPAK TERHADAP BIAYA ONGKOS KIRIM YANG BERBEDA DALAM JUAL BELI *ONLINE*”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa bentuk Tanggung jawab hukum Bukalapak terhadap penjual ketika terjadi ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi?
2. Bagaimana upaya penyelesaian sengketa bagi penjual terkait ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian skripsi ini terbagi menjadi 2 (dua), yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum yang hendak dicapai dari penulisan skripsi ini antara lain:

1. Memenuhi dan melengkapi salah satu tugas dan persyaratan akademis guna mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember;
2. Mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan di bidang hukum yang telah diperoleh di perkuliahan yang bersifat teoritis dengan praktik yang terjadi di masyarakat;
3. Memberikan sumbangan pemikiran dan wawasan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat, dan mahasiswa Fakultas Hukum serta almamater.

1.3.2 Tujuan khusus

Tujuan khusus dari skripsi ini antara lain:

1. Mengetahui dan memahami bentuk tanggung jawab hukum Bukalapak terhadap penjual ketika terjadi ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa upaya yang dilakukan dalam penyelesaian sengketa terkait ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan suatu kebenaran ilmiah yang berdasar pada tingkat pendidikan baik dari jenjang Strata 1 sampai dengan Strata 3.

“Penelitian yuridis normatif merupakan suatu penelitian yang difokuskan dan mengacu kepada norma-norma, kaidah, asas-asas hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan pengadilan serta norma-norma hukum positif yang ada dan berlaku di dalam masyarakat dan tidak memerlukan penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh pejabat dan lembaga yang berwenang untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan tersebut. Peter Mahmud Marzuki berpendapat bahwa argumentasi, konsep maupun teori baru sebagai preskripsi dalam menyelesaikan suatu masalah dapat dilakukan dengan menggunakan penelitian hukum normatif.⁵”

Kemudian dihubungkan dengan permasalahan-permasalahan yang menjadi pokok pembahasan yaitu isu hukum mengenai tanggung jawab hukum para pihak pada transaksi jual beli melalui aplikasi Bukalapak, baik mengenai apakah bentuk hubungan hukum para pihak pada transaksi jual beli melalui aplikasi Bukalapak, bentuk perlindungan hukum bagi para pihak pada transaksi jual beli melalui aplikasi Bukalapak dan bentuk tanggung jawab hukum para pihak ketika terjadi ketidaksesuaian biaya ongkos kirim pada transaksi jual beli melalui aplikasi Bukalapak.

1.4.2. Pendekatan Penelitian

Pada penulisan skripsi ini penulis menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual.

⁵ Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*, cet.12, Jakarta : Prenada Media Group, hlm.59.

1. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*).

Pendekatan perundang-undangan (*Statue Approach*) yaitu melakukan kajian terhadap peraturan perundang-undangan dan peraturan lainnya. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua regulasi dan undang-undang yang bersangkutan paut dengan isu-isu hukum yang akan dibahas dan ditangani, pendekatan ini akan membuka suatu kesempatan bagi peneliti untuk mengetahui kesesuaian antara peraturan perundang-undangan dengan peraturan perundang-undangan yang lain atau dengan regulasi- regulasi yang lain.⁶

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual approach*)

Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*) yaitu suatu metode pendekatan melalui pendekatan dengan merujuk pada prinsip-prinsip hukum. Prinsip-prinsip ini dapat diketemukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin-doktrin hukum.⁷

1.4.3 Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan bahan sumber yang dipakai seseorang yang akan menulis sebuah karya ilmiah. Selanjutnya akan dijadikan sebagai pedoman dalam rangka mencari pokok jawaban yang akan dicapai untuk memecahkan isu hukum.

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan undang-undang dan putusan-putusan hakim. 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. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan
4. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

⁶ *Ibid*, hlm. 133.

⁷ *Ibid*, hlm. 178.

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.⁸ Adapun bahan hukum sekunder yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah buku-buku teks hukum dan jurnal-jurnal hukum.

1.4.3.3 Bahan Non-Hukum

Bahan non hukum adalah penunjang bagi bahan hukum primer dan sekunder, bahan yang dapat memberikan petunjuk dan penjelasan. Penggunaan bahan penelitian non hukum adalah bersifat fakultatif dan guna untuk memperkuat argumen peneliti. Penggunaan bahan penelitian non hukum tidak boleh sangat dominan, karena akan mengurangi makna penelitiannya sebagai peneliti hukum.⁹ Bahan non hukum ini dapat berupa informasi yang diperoleh melalui internet, kamus, atau buku lain diluar bidang hukum tetapi terkait dengan permasalahan yang dikaji.

1.4.4 Analisis Bahan Hukum

Analisa bahan hukum merupakan suatu cara yang dipergunakan untuk menentukan jawaban atas pokok permasalahan yang timbul dari fakta hukum, proses tersebut dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu :¹⁰

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

⁸*Ibid.*, hlm. 142

⁹ Dyah Octorina Susanti dan Aan Efendi, *Penelitian Hukum: Legal Research*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hlm. 109

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, *op.cit.*, hlm. 213

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanggung Jawab Hukum

2.1.1 Pengertian Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab secara etimologi berasal dari dua suku kata, yaitu “tanggung dan jawab” yang berarti segala kewajiban terhadap sesuatu atau fungsi menerima pembebanan terhadap segala sesuatunya atau fungsi menerima pembebanan sebagai akibat tindakan sendiri atau orang lain.¹¹ Menurut hukum tanggung jawab adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan.¹² Menurut Ridwan Halim, tanggung jawab hukum sebagai sesuatu akibat lebih lanjut dari pelaksanaan peranan, baik peranan itu merupakan hak dan kewajiban ataupun kekuasaan. Secara umum tanggung jawab hukum diartikan sebagai kewajiban untuk melakukan sesuatu atau berperilaku menurut cara tertentu tidak menyimpang dari peraturan yang telah ada.¹³

Dalam hukum perdata Tanggung jawab hukum merupakan tanggung jawab seseorang terhadap perbuatan yang melawan hukum. Perbuatan melawan hukum memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan perbuatan pidana. Perbuatan melawan hukum tidak hanya mencakup perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang pidana saja, akan tetapi jika perbuatan tersebut bertentangan dengan undang-undang lainnya dan bahkan ketentuan-ketentuan hukum yang tidak tertulis. Ketentuan Perundang-undangan dari perbuatan melawan hukum bertujuan untuk melindungi dan memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan.

¹¹ A.Ridwan Halim, *Pengantar Ilmu Hukum Dalam Tanya Jawab* ,(Bandung: Gahlia Indonesia, 2015) hlm.163

¹² [http://digilib.unila.ac.id/2195/7/BAB%2011 .pdf](http://digilib.unila.ac.id/2195/7/BAB%2011.pdf) diakses pada hari Kamis, 11 April 2019, pukul 18.00 WIB.

¹³ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/37833/3/Chapter%20II.pdf> diakses pada hari Sabtu, 24 Maret 2018, pukul 17.20 WIB.

Tanggung jawab dalam KUHPerdara menjelaskan dalam pasal 1316 bahwa Seseorang boleh menanggung seorang pihak ketiga dan menjanjikan bahwa pihak ketiga ini akan berbuat sesuatu; tetapi hal ini tidak mengurangi tuntutan ganti rugi terhadap penanggung atau orang yang berjanji itu jika pihak ketiga tersebut menolak untuk memenuhi perjanjian itu.

2.1.2 Macam-macam Bentuk Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab sebagai kata benda yang abstrak yang merupakan bentuk majemuk, kamus besar bahasa Indonesia memberikan arti “tanggung jawab” adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya, sedangkan pertanggung jawaban adalah perbuatan bertanggung jawab; sesuatu yang dipertanggung jawabkan.¹⁴ Manusia berjuang memenuhi kebutuhannya sendiri atau untuk keperluan pihak lain. Terkait itu menghadapi manusia lain dalam masyarakat atau menghadapi lingkungan alam dalam usahanya manusia juga menyadari bahwa ada kekuatan lain yang ikut menentukan yaitu kekuasaan hukum.

Terkait demikian tanggung jawab itu dapat dibedakan menurut keadaan manusia atau hubungan yang dibuatnya. Atas dasar ini maka dikenal dengan jenis tanggung jawab hukum yaitu:

1. Tanggung jawab hukum dalam makna *Liability*
Menurut pendapat Pinto dalam Lukman Hakim, bahwa *liability* lebih menunjuk kepada akibat yang timbul dari akibat kegagalan untuk memenuhi standar tertentu, bentuk tanggung jawabnya diwujudkan dalam bentuk ganti rugi kerugian dan pemulihan sebagai akibat dari terjadinya kerusakan kerugian.¹⁵
2. Tanggung jawab hukum dalam makna *Responsibility*
Pendapat Pinto dalam Lukman Hakim menyatakan, bahwa *responsibility* ditujukan bagi indikator penentu atas lahirnya suatu tanggung jawab, yakni suatu standar yang telah ditentukan terlebih dahulu dalam suatu kewajiban yang harus ditaati, serta saat lahirnya tanggung jawab itu.¹⁶

¹⁴ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/37833/3/Chapter%20II.pdf> diakses pada hari Sabtu, 20 April 2019, pukul 17.20 WIB.

¹⁵ Yanyan, *Skripsi: Pengawasan Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Setelah Disahkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan* (Jember: Sarjana Universitas Jember, 2014), hlm. 62

¹⁶ *Ibid*, hlm., 64

2.2 Konsumen dan Pelaku Usaha

2.2.1 Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Istilah konsumen berasal dari Bahasa Inggris – Amerika yaitu kata *consumer*, atau dari Bahasa Belanda yaitu *consument/konsument*.¹⁷ Secara yuridis pengertian konsumen tercantum pada Pasal 1 angka 2 UUPK yaitu 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 diperdagangkan.”

Beberapa istilah yang berkaitan dengan konsumen dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu : pembeli, penyewa, penerima hibah, peminjam, dan sebagainya. Sedangkan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang ditemukan istilah tertanggung dan penumpang.¹⁸ Konsumen erat kaitannya dengan pelaku usaha. Pelaku usaha sering juga disebut dengan istilah produsen yang merupakan penghasil dari suatu barang dan/atau jasa. Pelaku usaha bukan hanya sebagai pihak yang membuat atau memproduksi saja, namun mereka yang menyediakan atau mengedarkan barang dan/atau jasa juga bisa disebut sebagai pelaku usaha.

Pengertian mengenai pelaku usaha dalam Pasal 1 Angka 3 UUPK yaitu :

“Setiap perorangan 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.”

Pelaku usaha sebagai pihak yang menyediakan, menciptakan, memproduksi dan membuat suatu barang dan/atau jasa memiliki peran yang sangat penting dan bertanggung jawab penuh atas produk yang di produksi dari awal pembuatan hingga sampai ke tangan masyarakat.

¹⁷Celina Tri Siswi Kristiyanti. 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm.22.

⁸ Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Kencana*, hlm.14.

2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Hak merupakan suatu kuasa yang dimiliki oleh setiap orang untuk melakukan atau menerima sesuatu yang pantas dan seharusnya ia dapatkan. Sedangkan kewajiban merupakan suatu hal yang harus dilakukan dan bersifat wajib sebagai suatu jalan untuk mendapatkan hak. Hak dan kewajiban adalah suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan berbicara mengenai suatu hak pasti ada kewajiban didalamnya, begitupun sebaliknya.

Hak Konsumen diatur di dalam Pasal 4 UUPK. Adapun hak yang dimaksud adalah:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 6 UUPK di jelaskan mengenai hak pelaku usaha yang harus dilakukan sebagai pelaku usaha:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan
2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dan tindakan konsumen yang beritikad tidak baik

3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
4. Hak untuk rehabilitasi nama apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan
5. Hak-hak yang di atur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 UUPK dijelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha yang harus di lakukan sebagai pelaku usaha :

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 dan tidak diskriminatif
4. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu barang dan jasa yang berlaku
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang dan atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi barang yang dibuat dan atau yang 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 perjanjian.

Sesuai dengan pasal 6 dan Pasal 7 UUPK pelaku usaha mempunyai hak dan kewajiban dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha harus memahami serta menerapkan apa yang menjadi hak dan kewajiban pelaku usaha sesuai dengan Undang-Undang tersebut.

2.2.3 Larangan Bagi Pelaku Usaha

UUPK mengatur tentang sejumlah perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Terdapat 10 pasal yang mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi

pelaku usaha, dimulai dari Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 yang dibagi dalam beberapa kelompok, yaitu :

1. Pasal 8 mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi;
2. Pasal 9 sampai dengan pasal 16 mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran;
3. Pasal 17 mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam kegiatan periklanan.

Satu-satunya ketentuan umum mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang berlaku secara *general* bagi kegiatan usaha para pelaku usaha¹⁹ adalah ketentuan pada Pasal 8 UUPK, yaitu :

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dari ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
 - d) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana persyaratan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat isi bersih atau netto,

¹⁹ Gunawan Widajaja & Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, hlm 37

- komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat samping, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dapat dijadikan sarana untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Konsumen sebagai pihak yang dilindungi dan hendak diseimbangkan kedudukannya terhadap pelaku usaha dapat mengambil manfaat dari setiap larangan yang sudah ditentukan dalam UUPK.²⁰ Salah satu manfaat yang didapatkan oleh konsumen adalah dapat terhindar dari penyalahgunaan posisi kuat dari pelaku usaha

2.3 Jual Beli *Online*

2.3.1 Pengertian Jual Beli

Jual-beli menurut KUHPerdara adalah suatu perjanjian timbal balik pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Jual-beli menunjukkan bahwa dari satu pihak perbuatan dinamakan menjual, sedangkan dari pihak yang lain dinamakan membeli. Istilah yang mencakup dua perbuatan yang bertimbal-balik itu adalah sesuai dengan istilah Belanda “*koop en verkoop*”

²⁰ Yakub Adi Krisanto, 2013, *Perbuatan Yang Dilarang (Prohibited Acts) Sebagai Manifestasi Kepastian Hukum Dalam Perlindungan Konsumen*, https://www.academia.edu/8251186/Perbuatan_Yang_Dilarang_Prohibited_Acts_Sebagai_Manifestasi_Kepastian_Hukum_Dalam_Perlindungan_Konsumen, Diakses pada tanggal 15 April 2019 21.40 WIB.

yang juga mengandung pengertian bawa pihak yang satu '*verkoopt*' (menjual) sedang yang lainnya '*koopt*' (membeli)²¹.

Ada beberapa pengertian tentang jual-beli

1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.²²
2. Secara etimologis, Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta, artinya dalam transaksi jual beli adalah transaksi tukar menukar antara harta milik penjual berupa barang dengan harta milik pembeli berupa uang. Akan tetapi transaksi ini juga bisa terjadi tukar menukar barang dengan barang yang disebut jual beli dengan cara barter atau transaksi tukar menukar uang dengan uang yang disebut jual beli *money changer*. Artinya jual beli terjadi karena adanya penawaran oleh penjual dan adanya permintaan oleh pembeli yang saling melengkapi.

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 KUHPerdara. Pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdara adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Pengertian menurut Pasal 1457 KUHPerdara tersebut diatas, bahwa jual beli adalah suatu perjanjian timbal balik, pihak penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak pembeli berjanji untuk membayar sejumlah uang.

Hak milik suatu barang yang semula dimiliki pihak penjual, akan berpindah tangan kepada pembeli apabila sudah ada penyerahan secara yuridis sesuai dengan ketentuan Pasal 1459 KUHPerdara. Perjanjian jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, ketika para pihak sudah saling sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum dibayar (Pasal 1458 KUHPerdara). Barang dan harga inilah yang menjadi unsur pokok dari perjanjian jual beli. Menurut Pasal 1517 KUHPerdara, jika pihak pembeli tidak membayar harga pembelian, maka itu merupakan wanprestasi yang memberikan

²¹ R. Subekti, 2014, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm 1.

²² <http://kbbi.web.id/jual+beli> diakses tanggal 10 April 2019 pukul 19.00 WIB

alasan kepada pihak penjual untuk menuntut ganti rugi atau pembatalan perjanjian menurut ketentuan-ketentuan Pasal 1266 dan Pasal 1267 KUHPerduta. “Harga” tersebut harus berupa sejumlah uang. Jika dalam suatu perjanjian tidak menunjuk kepada dua hal tersebut (barang dan uang), maka itu akan merubah perjanjiannya menjadi tukar menukar, atau jika harga itu berupa jasa, perjanjiannya akan menjadi suatu perjanjian kerja, dan begitulah seterusnya.

Sifat dari perjanjian jual beli, menurut para ahli hukum Belanda, perjanjian jual beli hanya mempunyai sifat obligator, atau bersifat mengikat para pihak. Jual beli yang bersifat obligator dalam Pasal 1459 KUHPerduta menerangkan bahwa hak milik atas barang yang dijual belum akan berpindah tangan kepada pembeli selama belum diadakan penyerahan secara yuridis menurut Pasal 612, Pasal 613, dan Pasal 616 KUHPerduta. Sifat obligator tersebut dalam perjanjian jual beli, dapat dijadikan menjadi beberapa hal yang pada intinya juga termasuk dalam sifat obligator tersebut. Hal ini dapat dilihat dari obyeknya (apa saja yang menjadi obyeknya), harga yang telah disepakati kedua belah pihak dalam perjanjian jual beli, dan yang terakhir adalah hak dan kewajiban para pihak.

2.3.2 Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli

Setelah para pihak mencapai kata sepakat dalam kegiatan jual-beli, maka akan timbul hak dan kewajiban bagi para pihak. Adapun hak dan kewajiban para pihak menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

1. Hak dan kewajiban penjual

Penjual dalam melakukan jual beli mempunyai hak dan kewajiban yang sebagaimana diatur dalam KUHPerduta, ketentuan umum mengenai perikatan untuk menyerahkan sesuatu (Pasal 1235 KUHPerduta), dan ketentuan yang diatur secara khusus dalam ketentuan jual-beli (Pasal 1474), penjual memiliki 3 (tiga) kewajiban pokok mulai dari sejak jual-beli terjadi menurut ketentuan Pasal 1458 KUHPerduta. Menurut ketentuan tersebut, secara prinsip penjual memiliki kewajiban untuk:

- a) Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya;

- b) Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan, atau jika tidak telah ditentukan saatnya, atas permintaan pembeli;
- c) Menanggung kebendaan yang dijual tersebut. Dalam Pasal 1474 KUHPerdara menjelaskan bahwa, sebagai pihak penjual memiliki dua kewajiban penting dalam pelaksanaan perjanjian. Kewajiban tersebut adalah menyerahkan suatu barang dan menanggungnya.

Mengenai penyerahan atau *levering* dalam KUHPerdara, menganut ‘sistem causal’ yaitu suatu sistem yang menggantungkan sahnya *levering* itu pada dua syarat.²³

- a) Penyerahan atau *levering* telah dilaksanakan oleh yang berhak berbuat bebas (*beschikking bevoegd*) terhadap orang yang *dilevering*.
- b) Sahnya titel dalam perjanjian jual beli yang menjadi dasar *levering* (penyerahan).

Berdasarkan syarat tersebut diatas, khususnya sahnya titel yang menjadi dasar *levering*, dimaksudkan perjanjian *obligatoir* yang menjadi *levering* tersebut. Adapun orang yang ‘berhak berbuat bebas’ adalah pemilik barang sendiri atau orang yang dikuasakan olehnya. Mengenai penanggungan terhadap suatu barang dan atau barang yang kondisinya rusak (cacat produk) lebih lanjut diatur dalam Pasal 1504 KUHPerdara, yang menyatakan bahwa:

Penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi pada barang yang dijual, yang membuat barang itu tidak sanggup untuk pemakaian yang dimaksudkan, atau yang demikian mengurangi pemakaian itu sehingga, seandainya si pembeli mengetahui cacat-cacat itu, ia sama sekali tidak akan membeli barangnya, atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang.

Pengertian cacat tersembunyi dapat dibedakan menjadi 2 (dua) pengertian, yaitu:

²³ *ibid*

a. Cacat tersembunyi positif

Maksudnya adalah apabila cacat barang itu tidak diberitahukan oleh penjual kepada pembeli sendiri tidak melihat atau mengetahui bahwa barang tersebut cacat, maka terhadap cacat tersebut penjual berkewajiban untuk menanggungnya. Tentang cacat tersembunyi positif, lebih lanjut diatur dalam Pasal 1506 KUHPerdara. Dalam hal ini menurut Pasal 1510 KUHPerdara bila dikaitkan dengan Pasal 1506 KUHPerdara, dapat dikatakan bahwa penjual harus bertanggung jawab apabila barang tersebut mengandung cacat tersembunyi, lepas dari penjual mengetahui adanya cacat atau tidak melihat, kecuali jika dalam hal yang sedemikian telah meminta diperjanjikan bahwa ia tidak diwajibkan menanggung sesuatu apapun.²⁴

b. Cacat tersembunyi negatif

Apabila cacat terhadap suatu barang sebelumnya sudah diberitahukan oleh penjual kepada pembeli, dan dalam masalah ini pembeli benar-benar sudah melihat adanya cacat terhadap barang tersebut, maka pembeli sendiri yang akan menanggungnya

2. Hak dan kewajiban pembeli

Kewajiban utama pihak pembeli menurut Pasal 1513 KUHPerdara adalah membayar harga pembelian pada waktu dan ditempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian. Jika pada waktu membuat perjanjian tidak ditetapkan tentang itu, sis pembeli harus membayar ditempat dan pada waktu penyerahan harus dilakukan (Pasal 1514 KUHPerdara).

Berdasarkan uraian diatas maka penjual dan pembeli mempunyai kewajiban yang harus mereka lakukan, bagi penjual harus memberitahukan kondisi barang yang akan dijual, sedangkan si pembeli berkewajiban membayar harga barang sesuai dengan yang telah disepakati.

²⁴ M. Yahya Harahap, 1986, *Segi – segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, hlm 198.

2.3.3 Pengertian Jual Beli Online

Jual beli online adalah kegiatan jual beli berupa transaksi penawaran barang oleh penjual dan permintaan barang oleh pembeli secara online dengan memanfaatkan teknologi internet, tidak ada pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Istilah perdagangan elektronik atau yang biasa disebut *e-commerce*, Penyebaran, penjualan, pembelian serta pemasaran barang dan jasa dilakukan melalui transaksi secara elektronik tanpa sipenjual dan sipembeli harus bertemu secara langsung bertatap muka. System pengenalan barang dan jasa tersebut dapat melalui internet ataupun televisi. Untuk beberapa waktu terakhir ini yang marak di Indonesia sendiri maupun di dunia adalah online shop yang mengandalkan internet dan social network dalam mempromosikan barang dan jasa yang ditawarkan. Dalam *e-commerce* ini dituntut kepercayaan yang tinggi dalam proses jual belinya, dikarenakan sipenjual dan sipembeli tidak saling bertemu muka. *E-commerce* juga dapat melibatkan transfer data elektronik, system manajemen inventori dan system pengumpulan data otomatis.²⁵

Dalam perkembangannya *e-commerce* sendiri mengalami perkembangan seiring waktu yang pada awalnya pemanfaatan transaksi komersial seperti penggunaan EDI (*electronic data interchange*) untuk mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian atau invoice secara elektronik, kemudian berkembang menjadi perdagangan web melalui server aman https, protocol khusus yang menggunakan enkripsi untuk merahasiakan adata penting pelanggan. Selain teknologi jaringan www, *e-commerce* juga memerlukan database, email dan bentuk teknologi non computer lain seperti system untuk pengiriman barang dan alat pembayarannya.

Dalam *e-commerce* ada beberapa faktor kunci sukses agar perusahaannya bisa bertahan, yaitu *e-commerce* tidak hanya dengan mengandalkan kekuatan produk barang atau jasa saja tetapi harus memiliki tim manajemen yang handal dalam bekerja, pengiriman produk yang tepat waktu agar pelanggan puas dan tidak kesal, pelayanan yang bagus dan struktur organisasi yang baik, jaringan

²⁵ <http://www.slideshare.net/amarta45/perkembangan-ecommerce-di-indonesia> diakses pada 8 April 2019 pukul 19.25 WIB

infrastruktur dan keamanan yang terjamin, serta desain situs web yang bagus dan kreatif agar lebih menarik orang untuk melihat produk yang ditawarkan.

2.4 PT Bukalapak

2.4.1 Perseroan Terbatas

Perseroan terbatas merupakan badan usaha dan besarnya modal perseroan tercantum dalam anggaran dasar. Teori Fiksi mengumpamakan seolah-olah badan hukum sebagai manusia yang sesungguhnya badan hukum itu tidak ada, sedangkan sebaliknya teori organ memandang badan hukum itu suatu realitas yang sebenarnya sama dengan manusia. Perseroan sebagai makhluk atau subjek hukum artifisial disahkan oleh negara menjadi badan hukum memang tetap tidak bisa dilihat dan tidak dapat diraba (*invisible and intangible*). Namun demikian, eksistensinya riil ada sebagai subjek hukum yang terpisah (*separate*) dan bebas (*independent*) dari pemiliknya atas pemegang sahamnya maupun dari pengurus

Kekayaan perusahaan terpisah dari kekayaan pribadi pemilik perusahaan sehingga memiliki harta kekayaan sendiri menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu “Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya.”

Menurut UUPT, sebuah perseroan merupakan badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian dan melakukan suatu kegiatan usaha dengan memiliki modal dasar dan modal tersebut terbagi dalam sejumlah saham. Hal ini menjelaskan bahwa suatu perseroan terbatas adalah sebuah badan hukum jika hal tersebut dapat dipenuhi dalam pembentukannya. Perseroan sebagai suatu badan hukum dalam UUPT juga ditentukan oleh suatu pengesahan sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 ayat 4 UUPT yang menyatakan: “Perseroan memperoleh status badan hukum pada tanggal diterbitkannya Keputusan Menteri mengenai pengesahan badan hukum perseroan.”

2.4.2 Bukalapak

PT Bukalapak.com yang sering di sebut Bukalapak merupakan suatu perseroan terbatas yang salah satu jenis usahanya bergerak di bidang jasa portal web. Bukalapak dalam hal ini menyediakan *Platform* perdagangan elektronik (*e-commerce*), pengguna dapat melakukan transaksi jual-beli barang dan menggunakan berbagai fitur serta layanan yang tersedia. Setiap pihak yang berada di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dapat mengakses *Platform* Bukalapak untuk kemudian membuka lapak, menjual barang, membeli barang, menggunakan fitur/layanan, atau hanya sekedar mengakses/mengunjungi *Platform* Bukalapak. Sebagai penunjang bisnis dan penyedia Platform perdagangan elektronik, Bukalapak menjamin keamanan dan kenyamanan bagi para Penggunanya.

Di dalam Bukalapak selain pengguna dapat melakukan transaksi jual beli di dalam aplikasi tersebut juga terdapat banyak sekali fitur yang dapat di gunakan oleh pengguna aplikasi di antaranya adalah layanan prabayar dan pascabayar listrik, air, pulsa, BPJS Kesehatan, tiket event, tiket kereta api dan pesawat, Live TV (*streaming TV*), BukaNonton (*streaming film* di Kereta Api), BukaReksa (*investasi reksadana*), BukaEmas (Jual beli logam mulia), hingga BukaPolling. Terlepas dari aneka fitur yang di tawarkan dalam aplikasi Bukalapak, dalam setiap transaksi yang di lakukan pembeli di haruskan membayar sesuai dengan keterangan pada transaksi tagihan tersebut, yang nantinya penjual akan mendapatkan nominal pembayaran sesuai dengan apa yang di bayarkan oleh pembeli. Bukalapak menjadi salah satu pilihan masyarakat yang menjadi media untuk melakukan belanja *online*.

2.4.2 Pengertian E-Commerce

E-Commerce merupakan suatu konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan secara elektronik melalui suatu jaringan internet atau kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jalur

komunikasi digital.²⁶ Bagi banyak kalangan *e-commerce* merupakan suatu terminologi baru yang belum cukup dikenal. Masih banyak yang beranggapan bahwa *e-commerce* ini sama dengan aktivitas jual beli alat-alat elektronik. Oleh karena itu dalam bab ini penulis akan mencoba menjelaskan pengertian dari *ecommerce* tersebut.

Assosiation for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan *e-commerce* sebagai mekanisme bisnis secara *elektrinis*. *CommerceNet*, sebuah konsorsium industri memberikan definisi lengkap yaitu penggunaan jaringan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Tidak puas dengan definisi tersebut *CommerceNet* menambahkan bahwa di dalam *e-commerce* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet. Sementara itu Amir Hatman dalam bukunya *Net Ready : Strategies for Success in the e-Conomy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan *ecommerce* sebagai suatu mekanisme bisnis secara *elektronis* yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*Business to business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*Business to Consumer*).²⁷

Transisi dan siklus Pengembangan *E-Commerce* di perusahaan membangun dan mengimplementasikan sebuah sistem *E-Commerce* bukanlah merupakan sebuah proses atau program sekali jadi, namun merupakan suatu sistem yang perlahan-lahan berkembang terus-menerus sejalan dengan perkembangan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan besar yang memilih jalan *evolusi* dalam memperkenalkan dan mengembangkan *E-Commerce* di perusahaannya. Alasan utama yang melatarbelakangi pemikiran ini adalah sebagai berikut: Mengimplementasikan sebuah sistem *E-Commerce* tidak semudah atau sekedar mempergunakan sebuah perangkat aplikasi baru, namun

²⁶ *Adi Nugroho*. 2006, *E-Commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Informatika, Bandung, Hal.1

²⁷ *Richardus Eko Indrajit*, 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, Jakarta, PT.Elex Media Komputindo, Hal.3

lebih kepada pengenalan sebuah prosedur kerja baru (*transformasi* bisnis). Tentu saja perubahan yang ada akan mendatangkan berbagai permasalahan, terutama yang berhubungan dengan budaya kerja dan *relasi* dengan rekanan maupun pelanggan:

1. Sistem *E-Commerce* melibatkan arsitektur perangkat lunak dan perangkat keras yang akan terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi, sehingga strategi pengembangan dan penerapannya-pun akan berjalan seiring dengan siklus hidup perusahaan; dan
2. Mengembangkan sistem *E-Commerce* secara perlahan dan bertahap secara tidak langsung menurunkan tingginya resiko kegagalan implementasi yang dihadapi perusahaan.

BAB 4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab hukum PT Bukalapak terhadap kerugian konsumen pengguna jasa layanan BukaPengiriman yang mendapati ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dapat menggunakan Pasal 19 UUPK. Akan tetapi, dalam aturan yang terdapat dalam *website* resmi PT Bukalapak menjelaskan bahwa pihak PT Bukalapak tidak bertanggung jawab atas ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan yang ada di aplikasi karena terkait dengan syarat dan ketentuan pengiriman barang dalam layanan BukaPengiriman sepenuhnya ditentukan oleh pihak jasa ekspedisi pengiriman barang dan sepenuhnya menjadi tanggung jawab pihak jasa ekspedisi pengiriman barang.
2. Upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh konsumen akibat ketidaksesuaian biaya ongkos kirim dengan aplikasi Bukalapak sesuai dengan ketentuan Pasal 45 UUPK, yaitu bisa melalui jalur alternatif atau di luar pengadilan (*non litigasi*) dan pengadilan (*litigasi*). Apabila para pihak lebih memilih penyelesaian sengketa dilakukan dengan melalui jalur di luar pengadilan (*non litigasi*) bisa memanfaatkan lembaga yang khusus menangani sengketa konsumen, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPSKM). Apabila penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan (*litigasi*), yaitu melalui pengadilan negeri dengan mengajukan gugatan wanprestasi.

4.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan terkait dengan permasalahan dalam skripsi ini yaitu:

1. Hendaknya PT Bukalapak lebih tanggap terhadap keluhan dari para pengguna aplikasi Bukalapak yaitu konsumen. Serta PT Bukalapak harus lebih memperhatikan konsumen, khususnya penjual agar dibuatkan sebuah fitur baru, khusus untuk biaya tambahan pada pengiriman yang mewajibkan pengiriman menggunakan *packing* kayu yang selama ini sering kali penjual mengalami kerugian akibat biaya tambahan yang harus di bayarkan tidak sesuai dengan yang tertera di aplikasi. Sehingga penjual bisa mempertahankan keaslian harga barang serta penjual dapat berniaga dengan tenang tanpa khawatir terjadinya perbedaan ongkos kirim dengan aplikasi.
2. Hendaknya setiap masalah yang terjadi antara konsumen dengan PT Bukalapak dapat diselesaikan secara damai. Hal ini karena memang merupakan penyelesaian masalah terbaik. Pihak yang merasa dirugikan dapat menyampaikan keluhan atas masalah yang dialaminya akibat terjadinya cidera janji tersebut. Dan pihak yang bertanggung jawab akan dengan mudah untuk bernegosiasi dengan pihak yang dirugikan dan mencari solusi terbaik yang akan disepakati oleh kedua pihak guna untuk mencapai kesepakatan bersama. Serta hendaknya pemerintah menyediakan fasilitas yang khusus untuk menerima aspirasi masyarakat secara *Online*. Ini penting, karena aspirasi masyarakat yang sudah pernah mengalami sengketa akan memberikan poin-poin khusus yang nantinya akan menjadi pertimbangan terkait sanksi kepada pelaku usaha atau penyedia jasa.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku:

- Abdul Halim Barakatullah, 2010. *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media.
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2013, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen Bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers.
- A.Ridwan Halim, 2015, *Pengantar Ilmu Hukum Dalam Tanya Jawab*, Bandung : Gahlia Indonesia.
- Celina Tri Siswi Kristiyanti. 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, 2005, *CYBER LAW Aspek Teknologi Informasi* Bandung : Refika Aditama
- Dyah Ochtorina Susanti dan Aan Efendi, 2015, *Penelitian Hukum: Legal Research*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Janus Sidabalok, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Jimly Asshiddiqie dan M. Ali Safa'at, 2006, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan MK RI.
- M. Yahya Harahap, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung.
- Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*, cet.12, Jakarta : Prenada Media Group.
- Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu.
- Rachmadi Usman, 2003, *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Satjipto Rahardjo, 2003, *Sisi-sisi Lain Dari Hukum di Indonesia*, Jakarta : Buku Kompas.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo.
- Siahaan N. T. H, 2005, *Hukum Konsumen "Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk"*, Bogor: Panta Rei.
- Susanti Adi Nugroho, 2015, *Penyelesaian Sengketa Arbitrase dan Penerapan Hukumnya* Jakarta: Prenada Media Group.

Yusuf Shofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

C. Jurnal

Az Nasution, 2003, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Jurnal Teropong, Masyarakat Pemantau Peradilan Indonesia.

Moch. Munir, 1997, *Pengguna Pengadilan Negeri Sebagai Lembaga Untuk Menyelesaikan Sengketa dalam Masyarakat*, disertasi Universitas Airlangga Surabaya.

Setiono, 2014, *Rule of Law*, Surakarta : Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.

Tami Rusli, *Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen dan Pelaku Usaha menurut Peraturan Perundang-undangan*, Keadilan Progresif Vol. 3 Nomor 1.

D. Internet

<http://digilib.unila.ac.id/2195/7/BAB%2011.pdf>, diakses pada hari Kamis, 11 April 2019, pukul 19.30WIB.

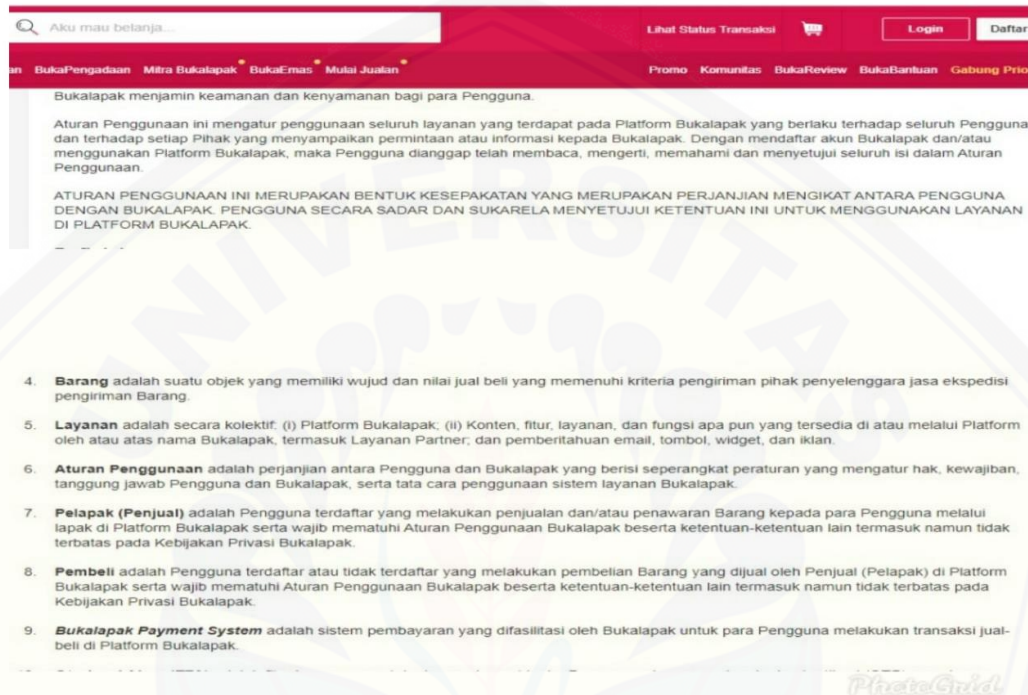
<http://kbbi.web.id/jual+beli>, diakses tanggal 01 Agustus 2019 pukul 19.00 WIB

<https://www.bukalapak.com/terms>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2019, pukul 08.53 WIB

LAMPIRAN 1

PERBEDAAN ONGKOS KIRIM YANG DI ALAMI PENJUAL

Ketentuan yang ada dalam aplikasi:



Dalam ketentuannya tertulis bahwa:

“Aturan Penggunaan ini mengatur penggunaan seluruh layanan yang terdapat pada *Platform* Bukalapak yang berlaku terhadap seluruh Pengguna dan terhadap setiap Pihak yang menyampaikan permintaan atau informasi kepada Bukalapak. Dengan mendaftar akun Bukalapak dan/atau menggunakan *Platform* Bukalapak, maka Pengguna dianggap telah membaca, mengerti, memahami dan menyetujui seluruh isi dalam Aturan Penggunaan.”

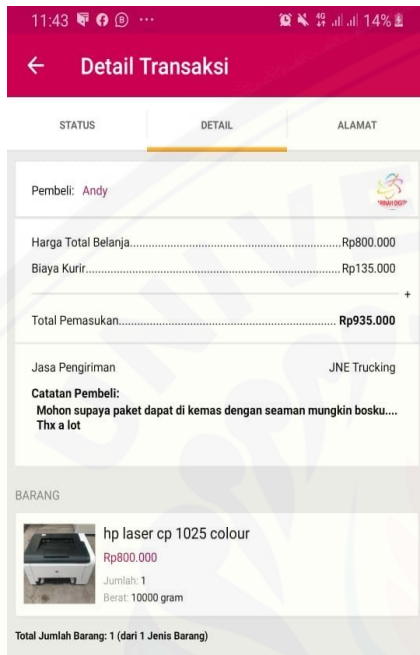
di dalamnya terdapat layanan Bukalapak *Payment System* yang berarti “system pembayaran yang difasilitasi oleh Bukalapak untuk para Pengguna melakukan transaksi jual-beli di Platform Bukalapak.”

Seharusnya dengan adanya system ini Bukalapak dapat memberikan angka yang sesuai sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak yang menggunakan aplikasi Bukalapak ini.

1. Penjual mengalami kerugian biaya ongkos kirim

sumber : Rien All Shop tanggal 04 Oktober 2019

Rien telah mengalami kerugian biaya ongkos kirim



Pada detail transaksi tertulis bahwa biaya pengiriman yang telah di bayarkan oleh pembeli sebesar Rp 135.000 akan tetapi penjual membayar kepada kurir sebesar Rp 162.000 karena berat bertambah sebesar 2 kg, yang menjadikan penjual mengalami kerugian pada biaya ongkos kirim.

2. Penjual mengalami kelebihan ongkos kirim

Sumber : Yogi Firmanda, tanggal 30 Agustus 2018

Yogi firmanda mengalami kelebihan ongkos kirim



Pada detail transaksi pembeli telah membayar sebesar Rp 190.000 untuk biaya pengiriman, akan tetapi penjual saat melakukan pengiriman hanya di kenakan biaya sebesar Rp 164.000, penjual mendapatkan kelebihan ongkos kirim yang seharusnya tidak di bayarkan oleh pembeli, berakibat kurangnya kepercayaan pembeli terhadap toko yang memanipulasi berat barang sebenarnya.