

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi yang berkembang saat ini membawa kemajuan pada seluruh aspek kehidupan masyarakat. Teknologi memberikan kemudahan kepada manusia untuk mencari hal-hal yang tidak diketahui sebelumnya, dengan munculnya perkembangan teknologi komunikasi, yang salah satu media penghubung yang sedang populer saat ini adalah telah menjadi sarana yang dapat digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi melalui media komunikasi dan media informasi.¹

Jual beli yang dilakukan oleh masyarakat pada masa ini tidaklah sama dengan masyarakat pada zaman dulu, banyaknya faktor yang mempengaruhi seperti perkembangan internet sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi. Perkembangan internet memang sangat cepat dan memberi pengaruh yang sangat besar dalam segala kehidupan manusia, internet membantu setiap orang untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi bahkan melakukan transaksi jual beli dengan orang lain dari segala penjuru dunia dengan mudah, cepat, dan tidak memakan waktu yang lama. Dengan adanya internet yang memberikan kemudahan untuk berinteraksi maka sekarang dikenal banyaknya bisnis yang memanfaatkan internet sebagai media bisnis *online* atau *online shop*.²

¹ Agoeng Noegroho, "Teknologi Komunikasi" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Hal.2.

² Aan Rofik, "Pengertian Tentang Bisnis Online",

(<https://www.Pengertiantentangbisnisonline.net/Pengertian-tentang-bisnis-online/>, Diakses pada tanggal 29 September 2021 Pukul 15.00 WIB).

Kegiatan bisnis seperti halnya *online shop* yang kini sedang berkembang pesat di masyarakat dunia. Dimana transaksi elektronik ini baik dalam bidang jasa maupun penjualan produk sudah tidak mengenal batas wilayah. Setiap orang dapat melakukan transaksi jual beli melalui *Facebook* tanpa perlu tatap muka (*face to face*). Hal inilah yang mendorong perkembangan jual beli menggunakan internet.³

Di Indonesia, transaksi jual beli melalui *Facebook* lebih banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena si penjual dan si pembeli tidak perlu bertemu secara langsung di suatu tempat. Maka dari itu, transaksi jual beli melalui *Facebook* lebih memudahkan pembeli untuk membeli barang yang diinginkan tanpa perlu ke tokonya secara langsung.

Transaksi jual beli melalui *Facebook* adalah transaksi yang sama dengan transaksi jual beli secara konvensional yang sering dilakukan oleh masyarakat pada umumnya, akan tetapi yang menjadi pembedanya adalah transaksi jual beli secara konvensional dilakukan secara langsung di suatu tempat sedangkan transaksi jual beli melalui *Facebook* dilakukan dengan menggunakan media yaitu internet. Transaksi jual beli melalui internet juga terdapat sistem penawaran dan penerimaan. Si penjual akan menawarkan kepada si pembeli, lalu pembeli akan menerima tawaran tersebut.

Saat menjalankan transaksi jual beli melalui internet atau *online*, ketika konsumen melakukan transaksi pasti memerlukan informasi mengenai produk dengan informasi yang sesuai dengan keadaan produk juga adanya kepastian produk

³ Abdul Halim Barkatullah, “*Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*”, Jurnal Hukum No. 2, Vol.14, 2007, hal. 249-250.

tersebut sampai dengan selamat pada konsumen. Pada saat ini, adanya sistem penjualan dalam transaksi jual beli yang digunakan menjadi perantara dalam menghubungkan pihak distributor dengan pihak konsumen yang disebut sebagai sistem *dropship*.

Transaksi jual beli dengan menggunakan sistem *dropship* ini persis dengan cara penjualan secara eceran, tetapi para pengecer tidak perlu untuk menyimpan atau memiliki produk tersebut secara nyata. Pengecer ini yang selanjutnya disebut sebagai *dropshipper* yang bekerjasama dengan *supplier*/distributor yang akan menyalurkan produk yang akan dijual oleh pihak *dropshipper*. Pihak distributor yang akan mengirimkan barang kepada konsumen sesuai dengan pesanan ke alamat yang dituju oleh konsumen. Hal yang menarik dari *dropship* yaitu adanya ketidaktahuan pada pihak konsumen bahwa dia bertransaksi secara *online* dengan seorang *dropshipper* yang sebenarnya tidak memiliki barang atau produk yang dijualnya secara fisik.⁴

Dalam transaksi jual beli dengan menggunakan sistem *dropship* hanya memerlukan foto/gambar produk-produk yang diberikan oleh distributor kepada *dropshipper* lalu mempromosikannya melalui *Facebook*, lalu jika ada dari pihak konsumen yang menginginkan barang tersebut maka akan diberitahukan oleh *dropshipper* kepada pihak distributor dan kemudian distributor yang akan mengirimkan barang kepada konsumen dengan identitas dari *dropshipper*.

⁴ Bima Prabowo, All, "Tanggung Jawab Dropshipper Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Cara Dropship Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Diponegoro Law Journall Vol. 5 No.3 Tahun 2016*, Hal. 5-6.

Penggunaan transaksi jual beli dengan sistem *dropship* ini, pasti memiliki kelebihan dan kekurangan dalam penjualan produk atau barang kepada konsumen. Kelebihan dari transaksi dengan *dropship* ini adalah *dropshipper* akan mendapat keuntungan kurang lebih 10-15% dari harga produk yang di jual oleh *dropshipper* tersebut. Kekurangan dari sistem transaksi jual beli dengan sistem ini adalah produk/barang yang dikirim oleh distributor kepada konsumen sering sekali tidak sesuai ataupun barang yang cacat juga kelalaian dari pihak distributor dalam pengiriman barang yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen.

Dalam hal perjanjian yang dibuat dalam suatu transaksi dikenal pula adanya wanprestasi (ingkar janji). Wanprestasi yang terjadi dalam suatu perjanjian yang timbul dalam transaksi jual beli menggunakan media elektronik dengan sistem *dropship* hanya sebatas apa yang akan diperjual beli kan. Transaksi jual beli melalui media elektronik dengan system *dropship* yang melibatkan keberadaan *dropshipper* pasti berhubungan dengan hak dan kewajiban yang berbeda tiap pihak. Dalam transaksi ini sangat berkaitan dengan wanprestas karena konsumen merasa tidak dipuaskan dengan barang/produk yang dibeli Karena tidak sesuai dengan gambar yang diunggah di media elektronik yang digunakan *dropshipper* sebagai contoh dalam pemasaran barang/produk ataupun keadaan lain yang digolongkan menjadi wanprestasi dalam suatu perjanjian.⁵

Berkembangnya perdagangan melalui *Facebook* ini menimbulkan adanya system penjualan *Dropshipping*. *Dropshipping* sekarang menjadi salah satu model

⁵ Sanabila. “Asas Dalam Hukum Perjanjian”, (<http://www.sanabila.com/2015/11/asas-dalam-hukum-perjanjian.html>, Diakses pada Selasa 29 September 2021)

bisnis yang banyak diminati oleh pebisnis *online* karena tidak memerlukan modal yang besar, sebab *dropship* tidak pernah membuat persediaan barang melainkan hanya mempromosikan melalui toko *online* di *Facebook* dengan memasang foto serta mencantumkan ciri-ciri barang dan harga. Barang didapat dari jalinan kerja sama dengan pedagang lain yang memiliki barang yang sesungguhnya.

Akibat negatif dari berkembangnya transaksi jual beli dengan sistem *dropship* ini terlihat dari kasus yang terjadi kepada salah satu toko online di aplikasi *Facebook* yang bergerak di salah satu jenis usaha yang berjualan produk pakaian jadi di Bogor yaitu Toko Online Griya_Miulan27, adanya kejadian kesalahan pengiriman barang yang dilakukan oleh distributor kepada konsumen yang tidak sesuai dengan jenis warna pakaian yang dipesan oleh konsumen melalui *dropshipper*. Apabila ada kejadian seperti maka konsumen akan komplain kepada *dropshipper*, lalu *dropshipper* yang akan menyampaikan kepada distributor lalu yang menanggung kerugian tetap di pihak distributor.

Indonesia telah mempunyai Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dimana setiap konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang dibeli nya, namun Undang-Undang ini dengan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diperbaharui menjadi Undang-Undang RI Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sepertinya tidak dilaksanakan dengan baik oleh para pelaku usaha, sehingga belum memberikan

kepastian hukum untuk melakukan Jual beli melalui *Facebook* dengan system *dropship*.

Sesuai dengan penjelasan yang telah saya kemukakan di atas, dalam menulis skripsi ini saya bermaksud untuk mengkaji lebih jauh dan diharapkan mampu menemukan pemecahan permasalahan hukum dengan mengangkat judul skripsi:

“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI *FACEBOOK* DENGAN SISTEM *DROPSHIP*.”

B. Rumusan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, penulis membuat batasan permasalahan untuk mempermudah pembahasan dan mencegah terjadinya penyimpangan pembahasan dari materi pokok penulisan skripsi ini. Sesuai dengan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hubungan hukum para pihak dalam perjanjian transaksi jual beli *online* melalui *Facebook* dengan sistem *dropship*?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen saat melakukan transaksi jual beli *online* melalui *Facebook* dengan sistem *dropship* jika terjadi kesalahan yang dilakukan distributor di Toko Online Griya_miulan27 di Bogor?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam pembuatan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dengan jelas mengenai hubungan hukum para pihak yang ada dalam perjanjian jual beli melalui *Facebook* dengan sistem *Dropship*.
2. Untuk mengkaji dan memahami perlindungan hukum bagi konsumen ketika melakukan transaksi jual beli menggunakan *Facebook* dengan sistem *dropship*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian skripsi ini memiliki kegunaan secara teoritis, secara praktis, maupun untuk diri sendiri. Ketiganya dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penulisan skripsi ini memiliki manfaat teoritis, yaitu dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu hukum yang pada umumnya dan hukum perlindungan konsumen pada khususnya dan juga bermanfaat untuk memperluas wawasan. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan kepustakaan bagi penelitian yang berkaitan dengan konsep pengaturan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *Facebook* dengan system *dropship*.

2. Kegunaan Praktis

Pembahasan skripsi ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pembuat kebijakan ataupun pedoman, penegak hukum, dan masyarakat luas

baik yang bersentuhan langsung dengan perkara perlindungan konsumen, juga sebagai informasi yang bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya terkhusus para pengusaha ataupun konsumen dalam menambah wawasan pengetahuan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *Facebook* dengan system *dropship*.

3. Bagi Penulis

Penulisan skripsi ini dijadikan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum bagi mahasiswa yang berkuliah di Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II TINJAUAN

PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli

1. Dasar Hukum dan Defenisi Perjanjian Jual Beli

Semakin berkembangnya teknologi, perkembangan perekonomian juga mengikuti. Banyak masyarakat yang melakukan hubungan hukum untuk memenuhi kebutuhan mereka. Bukti dari pernyataan tersebut adalah adanya berbagai transaksi barang/ atau jasa yang menimbulkan peristiwa hukum. Contohnya adalah perjanjian jual beli yang terjadi ditengah-tengah masyarakat antara penjual juga pembeli.

Perjanjian Jual beli termasuk ke dalam jenis perjanjian bernama, artinya Undang-Undang sudah memberikan nama sendiri dan pengaturan khusus terhadap perjanjian ini. Perjanjian bernama telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum perdata. Menurut Pasal 1457 KUHPperdata, perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Suatu perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan antara dua perikatan antara dua orang yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu

rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.⁶

Perjanjian jual beli merupakan perjanjian konsensual karena mengikat para pihak saat terjadinya kesepakatan para pihak tersebut mengenai unsur *essensialia*, *naturalia*, dan *aksidentalia* dari perjanjian tersebut.⁷ Syarat *aksidentalia* merupakan unsur dari perjanjian yang ditambahkan para pihak dalam perjanjian sebab tidak ada aturan yang mengatur didalam undang-undang. Syarat *esensialias* merupakan syarat yang wajib ada didalam suatu perjanjian, jika syarat ini tidak ada maka perjanjian itu dianggap cacat atau tidak sempurna yang artinya tidak mengikat para pihak. Syarat *naturalia* adalah syarat yang sering dicantumkan dalam suatu perjanjian, jika syarat ini tidak dicantumkan maka perjanjian tetap dianggap sah dan tidak cacat.⁸

Suatu perikatan hukum yang dilahirkan oleh suatu perjanjian, mempunyai dua sudut, yaitu sudut kewajiban – kewajiban (*obligations*) yang dipikul oleh suatu pihak dan sudut hak-hak atau manfaaat, yang diperoleh oleh lain pihak, yaitu hak-hak untuk menuntut dilaksanakannya sesuatu yang disanggupi dalam perjanjian itu. Perkataan mengikatkan diri ditujukan pada saat kewajiban – kewajiban (hal-hal yang tidak enak), sedangkan perkataan minta ditetapkan suatu janji ditujukan pada saat hak – hak yang diperoleh dari perjanjian itu. Sudut kewajiban juga dapat dinamakan sudut pasif, sedangkan sudut penentuan dinamakanya sudut aktif.⁹

⁶ Subekti, "*Hukum Perjanjian*", (Jakarta: Penerbit PT. Intermasa, 2005), Hal. 2.

⁷ *Ibid.*, Hal.3

⁸ Zaeni Ashyadie, "*Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*", (Jakarta: Raja Grafindo) Edisi Revisi, Hal.10

⁹ Fitriani Amas Gulu, 2016, *Aspek Hukum Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Berdasarkan Kuhperdata*, Palu: Alumni, hal. 3.

2. Syarat Sahnya Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli lahir dari adanya kesepakatan antar penjual dan pembeli yang dalam hal ini adalah konsumen dan *dropshipper*. Selain adanya kesepakatan, terdapat juga beberapa syarat agar dinyatakan perjanjian jual beli tersebut sah sesuai dengan ketentuan dalam pasal 1320 BW, yaitu:

- 1) sepakat mereka mengikatkan dirinya;
- 2) kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
- 3) suatu hal tertentu; dan
- 4) suatu sebab yang halal

Dua syarat yang pertama, dinamakan syarat-syarat subyektif, karena syarat tersebut mengenai orang-orangnya atau subjek yang mengadakan perjanjian. Sedangkan dua syarat yang terakhir adalah disebut sebagai syarat objektif, karena mengenai perjanjian itu sendiri atau objek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu. Ketentuan untuk sepakat juga termasuk dalam syarat subyektif karena kesepakatan timbul dari kedua pihak tersebut.

Dalam syarat objektif, jika syarat tidak terpenuhi maka perjanjian itu batal demi hukum. Artinya, dari semula tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan tidak pernah ada suatu perikatan. Tujuan semula dari para pihak yang ingin melahirkan suatu perjanjian itu akhirnya gagal, disebabkan oleh beberapa hal antara pihak-pihak yang ada di perjanjian tersebut. Maka dari itu, tidak ada dasar untuk saling menuntut di depan hakim.¹⁰

¹⁰ Titi Triwulan, "*Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*", (Jakarta: Kencana, 2008), Hal. 30.

Dalam syarat subjektif, jika syarat itu tidak dipenuhi, maka perjanjian bukan batal demi hukum akan tetapi salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta agar perjanjian itu dibatalkan. Pihak yang dapat meminta pembatalan itu adalah pihak yang tidak cakap atau piha yang memberikan sepakatnya secara tidak bebas.

Maka, perjanjian yang sudah dibuat akan tetap mengikat selama belum dibatalkan oleh hakim atas permintaan dari yang yang berhak meminta untuk dibatalkan. Jadi, nasib dari suatu perjanjian seperti itu tidak pasti dan bergantung kepada kesedian suatu pihak untuk menaatinya. Ia selalu diancam dengan pembatalan (*cancelling*).¹¹

a) Sepakat

Perlu diketahui bahwa sekalipun terdapat kesepakatan antara para pihak yang melahirkan perjanjian itu terdapat kemungkinan adanya cacat kesepakatan dalam perjanjian tersebut. Dalam BW terdapat tiga hal yang dijadikan alasan untuk membatalkan kontrak berdasarkan adanya cacat kehendak yaitu: ¹²

1) Kesesatan atau *dwaling* (Pasal 1322 BW)

Kesesatan itu terakit dengan “hakikat benda atau orang” dan pihak lawan yang harus mengetahui atau setidaknya mendapatkan informasi bahwa sifat atau keadaan yang menimbulkan kesesatan bagi pihak lain sangat menentukan. Maka, mengenai kesesatan terhadap hakikat benda yang dikaitkan dengan keadaan akan datang karena kesalahan sendiri tidak bisa dijadikan sebagai alasan pembatalan perjanjian.

¹¹ *Ibid, hal. 32.*

¹² Titi Wulan, *op.cit.*, hal.40.

2) Paksaan atau *dwang* (Pasal 1322 - 1327 BW)

Paksaan terjadi apabila seseorang berpikir untuk memberikan ancaman saat memberikan kesepakatan yang bersifat melanggar hukum. Ada dua hal yang menjadi bentuk ancaman, yaitu:

- a) Ancaman itu sendiri merupakan perbuatan melanggar hukum (pembunuhan, perdagangan manusia, dll)
- b) Ancaman merupakan perbuatan melanggar hukum yang bermaksud untuk mencapai atau memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh si pelaku.

3) Penipuan atau *bedrog* (Pasal 1328 BW)

Penipuan adalah bentuk dari kesesatan yang dimana penipuan ini digambarkan dengan bentuk tingkah laku yang sengaja menyesatkan untuk mengecoh pihak lawan. Berhasilnya perbuatan ini diisyaratkan dengan gambaran yang keliru itu di timbulkan dengan rangkaian tipu daya yang dilakukan oleh si pelaku.

b) Cakap

Cakap (*bekwaam*) adalah syarat umum untuk bisa melakukan perbuatan hukum secara sah, artinya adalah harus sudah dewasa, sehat akal pikiran, dan tidak dilarang oleh undang-undang untuk melakukan suatu kegiatan. Seseorang sesuai hukum yang dianggap sudah cakap adalah mereka yang belum berusia 21 tahun tapi sudah menikah ataupun yang sudah berusia 17 tahun keatas. Sedangkan yang sesuai dengan pasal 1330 BW menyatakan

beberapa hal yang menandakan seseorang belum cakap dalam membuat undang-undang adalah:

1. Orang belum dewasa;
2. Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan;
3. Orang-orang perempuan, dalam hal-hal ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu (substansi ini dihapus dengan SEMA Nomor 3 Tahun 1963 dan Pasal 31 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan).

c) Suatu Hal Tertentu

Syarat yang ketiga adalah adanya suatu hal tertentu untuk membuat suatu perjanjian, artinya adalah apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Dalam pasal 1333 KUHPerdara ditentukan bahwa suatu perjanjian harus memiliki pokok suatu benda yang dapat ditentukan jenisnya, karena suatu perjanjian harus memiliki objek.

d) Suatu Sebab Yang Halal

Pada pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tersebut di atas, ditetapkan sebagai syarat yang keempat dari syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk melahirkan suatu perjanjian. Kata kausa dalam bahasa Belanda adalah *oorzaak* atau dalam bahasa Latin adalah *causa*. Kausa yang dimaksud dalam syarat perjanjian ini adalah tidak hanya mengacu kepada isi juga tujuan dari pada perjanjian tersebut.

Konsumen adalah orang yang membeli atau menggunakan barang untuk memenuhi kebutuhan, bukan untuk dijual lagi melainkan diperuntukan untuk kebutuhannya sendiri.¹³ Menurut Hornby, konsumen (*consumer*) adalah seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa; seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu; sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang; setiap orang yang menggunakan barang atau jasa.¹⁴

Menurut Sri Handayani, konsumen (sebagai alih bahasa dari *consumer*), secara harafiah berarti “seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa”; atau “seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” juga “sesuatu atau seseorang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara”.¹⁵

3. Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli

Dalam suatu perjanjian jual beli, terdapat dua pihak yang berkontribusi untuk membuat suatu perjanjian jual beli, yaitu si penjual dan si pembeli. Setiap pihak yang terdapat dalam perjanjian jual beli ini adalah harus memenuhi syarat umum untuk dapat melakukan suatu perbuatan hukum secara sah. Persyaratan umum itu adalah diantaranya adalah harus sudah dewasa, sehat pikirannya dan tidak boleh melanggar hukum, dan disesuaikan dengan berbagai hak dan kewajiban berbagai pihak.

¹³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002) Edisi III, h.7.

¹⁴ H.U.Adil, *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016) cetakan ke 2, hal.193.

¹⁵ Sri Handayani, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Media Wacana, 2012),hal.2.

4. Asas - Asas Dalam Perjanjian Jual Beli

Asas-asas dalam hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan masyarakat. Harapan untuk menaati hukum dalam praktik hendaklah berjalan dengan baik. Tolak ukur asas ini dapat dilihat sejauh mana para pihak mendapatkan perlindungan hukum apabila timbul masalah dalam pelaksanaan perjanjian. Asas bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi para pihak, terutama pihak yang dirugikan.¹⁶

Asas dalam perjanjian jual beli terdapat lima hal yaitu:¹⁷

a. Asas Konsensualisme

Asas Konsensualisme memiliki arti yang penting untuk membentuk suatu perjanjian cukup dengan adanya kesepakatan saja dan perjanjian itu (dan perikatan yang ditimbulkan karenanya) sudah dilahirkan suatu perjanjian. Untuk terwujudnya persetujuan pada umumnya disesuaikan dengan kehendak persyaratan-persyaratan tertentu adalah kontrak yang sah. Asas ini disimpulkan dalam pasal 1320 ayat (1) KUHPerduta. Pada pasal ini ditentukan bahwa syarat sahnya perjanjian adalah adanya kata kesepakatan antara kedua belah pihak.

b. Asas Kebebasan Berkontrak (*Freedom of Contract*)

Asas ini dianalisis sesuai dengan ketentuan pasal 1338 ayat (1) KUHPerduta yang berbunyi “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Berdasarkan asas

¹⁶ Niru Anita Sinaga, “Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian”, *Dirgantara University. Vol.7.No.2 Tahun 2018*, Hal. 2.

¹⁷ *Ibid.*, Hal. 10.

ini, maka orang pada asas ini dapat membuat perjanjian dengan isi yang bagaimanapun akan tetapi tidak boleh bertentangan dengan hukum.

c. Asas Daya Mengikatnya Kontrak (*Pacta Sunt Servanda*)

Sesuai dengan pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara “Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” *Adagium* (ungkapan) *pacta sunt servanda* diakui sebagai aturan persetujuan yang dibuat secara timbal-balik. Perjanjian yang dibuat secara sah berlaku seperti undang-undang yang berlaku bagi yang membuat (pasal 1338 ayat 1 dan ayat 2 KUHPerdara. Maka dari itu, para pihak harus menaati apa yang telah mereka sepakati.

d. Asas Itikad Baik

Dalam pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara, dikatakan bahwa perjanjian harus dilakukan dengan itikad yang baik. Dalam bahasa Belanda itikad baik disebut sebagai *te goeder trouw*, yang diterjemahkan sebagai kejujuran, yang terdiri dari dua macam:

1. Itikad baik pada waktu mengadakan perjanjian
2. Itidak yang baik pada waktu melaksanakan hak dan kewajiban selama perjanjian mengikat.¹⁸

Suatu perjanjian dilaksanakan baik itu dengan itikad yang baik ataupun tidak akan tercermin dari pihak yang memenuhi kewajiban dan hak nya masing-masing. Pelaksanaan itikad baik ini disesuaikan dengan hati nurani

¹⁸ Wirjono Prodjodikoro, *Azas-Azas Hukum Perdata*, Cetakan 7, (Bandung: Sumur Bandung, 1979), Hal. 56.

yang dimiliki oleh setiap manusia untuk memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

e. Asas Kepribadian (*Personality*)

Asas kepribadian tertulis dalam pasal 1340 KUHPerdara yang bertuliskan, “suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat membawa rugi kepada pihak-pihak membuat. Suatu perjanjian tidak dapat membawa rugi kepada pihak ketiga: tak dapat pihak-pihak ketiga mendapat manfaat karenanya, selain dalam hal yang diatur dalam pasal 1317 KUHPerdara”. Dalam pasal 1317 KUHPerdara diperbolehkan meminta dibuatnya suatu perjanjian untuk kepentingan pihak ketiga jika perjanjian membuat ketentuan seperti itu. Misalnya adalah penentuan gaji yang sudah disetujui oleh pihak ketiga maka hal itu tidak dapat diubah kembali.

Selain dari pasal 1340 KUHPerdara, mengenai asas kepribadian ini juga diatur dalam pasal 1315 KUHPerdara yang menentukan tidak ada seorang pun dapat mengikatkan dirinya atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji untuk dirinya sendiri. Dalam pasal 1340 KUHPerdara dijelaskan bahwa pihak ketiga tidak bisa ikut campur, maka di pasal 1315 KUHPerdara ditentukan pihak di perjanjian tidak boleh melepaskan tanggung jawabnya dari perjanjian yang sudah dibuat. Maksudnya adalah, dalam pasal 1315 KUHPerdara dinyatakan bahwa setiap pihak dalam perjanjian tidak boleh hanya meminta hak tanpa melaksanakan kewajiban.

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Dasar Hukum dan Defenisi Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi hak konsumen atau bisa disebut juga segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Sebagai contoh, para penjual diwajibkan menunjukkan tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen.¹⁹

Selain Undang-Undang Pokok Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, juga diatur dan tertuang didalam UUD Negeri Republik Indonesia pada pasal 27 ayat (2) yang berbunyi, “Tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”, artinya adalah bahwa setiap warga negara jika terganggu dengan pihak lain maka Negara akan melindungi warga Negara tersebut.

Tujuan perlindungan konsumen, sebagaimana termaksud dalam ketentuan pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative pemakaian barang dan/atau jasa;

¹⁹ H.I.Adil, *Dasar- Dasar Hukum Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016) cetakan ke 2, hal.194.

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah “Perlindungan Konsumen” berhubungan dengan perlindungan hukum. Maka dari itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sangat identic dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen.²⁰

Sesuai dengan pasal 4 UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hak-hak dari pada konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;

²⁰ Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2004), hal.27

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

Adapun yang menjadi kewajiban dari konsumen sesuai dengan pasal 5 UU No.8

Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen adalah:

- 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.

3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang dimiliki dari pelaku usaha sesuai dengan aturan yang tercantum dalam pasal 6 UUPK menjelaskan mengenai hak pelaku usaha adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban dari para pelaku usaha sebagaimana tercantum dalam pasal 7 UUPK No.8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan 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 dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk mengkaji, 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 jasa pengganti barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Sesuai dengan perjanjian jual beli dengan system *Dropship* ini maka, *dropshipper* harus menanggung segala kerugian yang dialami oleh seorang konsumen. Tanggung jawab yang harus diberikan *dropshipper* adalah:

- a. Tanggung Jawab oleh *dropshipper* ketika barang yang dipesan oleh konsumen mengalami keterlambatan pengiriman, sehingga barang tidak sampai tepat waktu di tangan konsumen;
- b. Tanggung jawab dari pihak *dropshipper* apabila barang yang dikirimkan bukan konsumen yang sesuai dengan data yang dikirimkan yang telah menerima barang tersebut;
- c. Tanggung jawab oleh pihak *dropshipper* apabila barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan oleh konsumen kepada pihak penjual dalam hal ini adalah *dropshipper*, seperti warna pesanan tidak sesuai dengan warna yang dikirimkan.

Selain *dropshiper*, terdapat juga hak dan kewajiban yang harus ditanggung oleh distributor yang melakukan kerjasama dengan *dropshipper*, diantaranya adalah:²¹

A. Hak Distributor

Yang menjadi hak yang harus dimiliki oleh distributor dalam perjanjian jual beli dengan menggunakan system *dropship* adalah:

1. Berhak dalam menempatkan pembayaran dari konsumen atas barang yang dijual;
2. Berhak untuk mendapatkan perlindungan dari konsumen jika pihak konsumen melakukan tindakan yang tidak baik dalam transaksi bisnis secara online;
3. Distributor mempunyai hak dalam menentukan harga jual sesuai dengan kualitas barang yang dijual;
4. Distributor berhak atas persamaan perlakuan bagi sesama distributor;
5. Distributor berhak mendapatkan imbalan berupa bonus-bonus dari perusahaan atas aktivitasnya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam perusahaan;
6. Mendapatkan fasilitas brosur produk dan system pemasaran yang diterbitkan oleh perusahaan.

B. Kewajiban Distributor

Yang harus didapatkan oleh distributor dalam perjanjian jual beli dengan system *dropship* ini adalah:

²¹ Admin, *Perjanjian Keagenan dan Distributor Dalam Perspektif Hukum Perdata*, <https://www.media.neliti.com/> Diakses pada 23 Januari 2022 Pukul 18.24 WIB.

1. Distributor wajib menyajikan informasi tentang manfaat produk dan peluang usaha secara benar dan tidak berlebihan;
2. Distributor wajib menjaga nama baik perusahaan dan seluruh karyawan perusahaan;
3. Distributor wajib memahami dan mematahui semua peraturan yang dikeluarkan oleh perusahaan maupun ketentuan dalam UU;
4. Distributor wajib menjalankan usaha dengan jujur, disiplin dan bertanggung jawab serta menjalin hubungan kerjasama, baik antara sesama distributor maupun antara distributor dengan perusahaan;
5. Tidak boleh mengambil keuntungan secara rahasia dari jasa keagenannya atau distributornya.

C. Tanggung Jawab Distributor

Yang menjadi tanggung jawab dari pada distributor yang harus dilakukannya adalah:²²

1. Distributor bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen dalam penjualan barang/produk;
2. Distributor bertanggung jawab atas pengiriman barang kepada konsumen;
3. Distributor bertanggung jawab terhadap informasi mengenai foto/gambar barang yang dikirimkan kepada *dropshipper*;

²² Admin, *Perjanjian Keagenan dan Distributor Dalam Perspektif Hukum Perdata*, <https://www.media.neliti.com/> Diakses pada 23 Januari 2022 Pukul 21.00 WIB.

4. Distributor bertanggung jawab jika memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan data atau informasi.

4. Klausula Baku Dalam Perlindungan Konsumen

Klausula baku biasanya dibuat pihak yang kedudukannya lebih kuat, yang dalam kenyataan biasa dipegang oleh pelaku usaha. Isi klausula baku sering sekali merugikan pihak yang menerima klausula baku tersebut, yaitu pihak konsumen karena sering dibuat secara sepihak oleh penjual ataupun produsen. Jika konsumen melakukan penolakan akan klausula baku tersebut, maka konsumen tidak akan mendapat ganti rugi apapun dari produsen.

Sudaryatmo mengungkapkan karakteristik klausula baku sebagai berikut:²³

- a. Perjanjian dibuat secara sepihak oleh mereka yang posisinya relative lebih kuat dari konsumen;
- b. Konsumen sama sekali tidak dilibatkan dalam menentukan isi perjanjian;
- c. Dibuat dalam bentuk tertulis dan massal
- d. Konsumen terpaksa menerima isi perjanjian karena didorong oleh factor kebutuhan.

Klausula eksonerasi lebih menguntungkan pengusaha dibandingkan dengan konsumen, dan konsumen hanya bisa menerima perjanjian dengan klausula ini dari pada tidak ada ganti rugi sama sekali. Beban yang seharusnya dipikul oleh pengusaha menjadi dipikul oleh pengusaha akan tetapi menjadi dipukul oleh konsumen karena adanya klausula eksonerasi.

²³ Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 1999), Hal.93.

Klausula eksonerasi ini dapat membebaskan tanggung jawab seseorang dari akibat hukum yang terjadi karena kurangnya pelaksanaan kewajiban yang diharuskan perundang-undangan, misalnya adalah ganti rugi dalam hal perbuatan ingkar janji. Maka dari itu, yang merancang format dari isi perjanjian yaitu pihak yang memiliki kedudukan yang lebih kuat tentu saja perjanjian tersebut akan memuat klausula yang sangat menguntungkan bagi mereka.

Undang-Undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pada pasal 18 ayat 91) melarang pelaku usah mencantumkan klausula baku pada setiap perjanjian dan dokumen apabila:²⁴

- a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang-barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. Mengatur perihal pembuktiaan atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;

²⁴ Zulman, "*Hukum Perlindungan Konsumen*", (Jakarta: Kencana, 2016), Hal. 74.

- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa;
- g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pasal 18 ayat (2) juga melarang pelaku usaha jika mencantumkan klausula baku harus dapat dibaca oleh konsumen dan diletakan di posisi yang mudah untuk dibaca konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen berusaha untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen juga produsen.

Perjanjian dengan klausula baku terjadi dengan berbagai cara. Pemberlakuan perjanjian baku tersebut antara lain dengan cara-cara:²⁵

- a. Pencantuman butir-butir perjanjian yang konsepnya telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh salah satu pihak, biasanya oleh kalangan pengusaha, produsen, distributor, atau pedagang produk tersebut. Perhatikan kontrak jual beli atau sewa beli kendaraan bermotor, perumahan, alat-alat elektronik, dan lainnya.

²⁵ Zulman., *op.cit*, Hal. 76.

- b. Pencantuman klausula baku dalam lembaran kertas yang berupa table, bon, kuitansi, tanda terima, atau lembaran dalam bentuk serah terima barang. Seperti lembaran bon, kuitansi, atau tanda terima barang dari toko, kedai, dan lainnya.
- c. Pencantuman klausula baku dalam bentuk pengumuman tentang berlakunya syarat-syarat baku di tempat tertentu, seperti parkir ataupun penginapan dengan meletakkan pengumuman klausula baku.

5. Ganti Rugi Dalam Perlindungan Konsumen

Niewenhui menyatakan kerugian adalah sebagai berkurangnya harta kekayaan suatu pihak yang disebabkan oleh perbuatan melanggar norma yang dilakukan oleh pihak lain²⁶. Jika dilihat dari hukum perdata, ganti rugi terjadi Karena adanya wanprestasi atas perjanjian yang terjadi antara penjual dan pembeli. Pelaksanaan ganti rugi dalam perlindungan konsumen di perjanjian jual beli sesuai dengan pandangan KUHPerdata dikatakan dalam pasal 1239 jo. Pasal 1243 KUHPerdata diatur bahwa ganti kerugian terdiri dari tiga komponen yaitu biaya, rugi, dan bunga.

Dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata pada pasal 1366 KUHPerdata diatur *“setiap orang bertanggung jawab, tidak saja untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena kelalaiannya atau kurangnya kehati-hatian”*, sedangkan dalam pasal 1365 KUHPerdata dikatakan *“Tiap perbuatan melawan hukum yang mendatangkan*

²⁶ Agus Yudha Hermoko, *“Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian”* (Jakarta: Prenada Media, 2019), Hal.264.

kerugian pada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

C. Tinjauan Umum Tentang Sistem *Dropship*

Menurut bahasa Inggris kata *dropshipper* adalah orang ke tiga dalam memasarkan barang milik pihak grosir yaitu yang disebut dengan *supplier*. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *dropshipper* adalah pengaturan di mana produsen mengirimkan produk langsung kepada pembeli atas permintaan bisnis yang mengiklankan dan menjual produk akan tetapi tidak memiliki stok atas barang tersebut.

Jual beli dengan menggunakan sistem *dropship*, saat ini sedang ramai dibicarakan masyarakat, karena adanya *dropshipper* memudahkan masyarakat untuk mendapatkan suatu barang tanpa perlu keluar rumah. *Dropshipper* sekarang ini menjadi model bisnis yang paling diminati oleh pebisnis *online* khususnya bagi pemula dan yang memiliki modal kecil atau juga tidak harus memiliki modal.

1. Pengertian Sistem *Dropship*

Model kerjasama yang dilakukan oleh *dropshipper* dengan *supplier* adalah, *supplier* mengadakan perjanjian kontrak bersama *dropshipper* untuk memasarkan gambar katalog yang akan dipromosikan oleh *dropshipper*, kemudian *dropshipper* dapat menjual barang tersebut sesuai dengan kesepakatan harga yang dibuat oleh *supplier* serta keuntungan sudah termasuk besaran bonus untuk *dropshipper* setiap barang yang terjual.

Transaksi jual beli dengan system *dropship* ini memiliki kelebihan juga kekurangan yang dihadapi, yaitu:

a. Kelebihan Transaksi Jual Beli dengan Sistem *Dropship*

Kelebihan pada transaksi jual beli dengan system *dropship* ini adalah:

1. Tanpa modal yang besar

Transaksi dengan system *dropship* menjadikan seorang *dropshipper* tidak memerlukan modal yang besar akan tetapi hanya memerlukan media sosail yaitu akun *Facebook*, paket data, pulsa, dan juga kemampuan untuk berkomunikasi dengan konsumen. *Dropshipper* yang memiliki teman di akun *Facebook* yang banyak akan memberikan peluang yang besar bagi *dropshipper* untuk memasarkan barang yang dijualnya.

2. Waktu yang *Fleksibel*

Seorang *dropshipper* tidak memerlukan jam kerja yang terikat, karena seorang *dropshipper* dapat bekerja dimana saja dan kapan saja. Mereka tidak memerlukan tempat yang tetap juga karena mereka dapat melakukan transaksi jual beli dimana saja.

3. Jenis Barang Yang Beragam

Seorang *dropshipper* dapat berjualan barang apapun yang dia inginkan. Karena dalam transaksi jual beli dengan system *droshipper* tidak ada ketentuan hanya dapat menjual satu jenis barang saja.

4. Mudah Untuk Dilakukan

Transaksi jual beli dengan system *dropship* ini tergolong kedalam transaksi jual beli yang mudah untuk dilakukan karena hanya memerlukan akun social media yaitu *Facebook* yang memerlukan data

internet, hal yang paling pentingnya hanyalah kemampuan berkomunikasi seorang *dropshipper* dengan konsumen.

b. Kekurangan Transaksi Jual Beli dengan Sistem *Dropship*

Dalam transaksi jual beli dengan system *dropship* juga terdapat kekurangan didalamnya, diantaranya adalah:

1. Tidak dapat mengetahui kualitas barang secara langsung

Seorang *dropshipper* tidak dapat mengetahui secara langsung bagaimana kualitas barang yang dijual nya sebelum *dropshipper* menyebarkan iklan barang di akun *Facebook* milik nya. Karena seorang *dropshipper* hanya berperan sebagai peranta antara konsumen dan distributor.

2. Keuntungan yang didapat tergolong kecil

Dalam transaksi jual beli dengan system *dropship* ini memberikan keuntungan yang tergolong kecil, karena *dropshipper* hanya mengambil untung sekitar 15% dari harga barang yang diberikan oleh distributor dan terkadang juga sudah termasuk ongkos kirim di wilayah yang dekat atau sama dengan *dropshipper*.

3. Info persediaan barang yang lama

Dropshipper tidak mengetahui apakah barang yang sesuai dengan pesanan dan permintaan oleh konsumen tersedia atau tidak. Maka *dropshipper* harus bertanya dulu kepada distributor apakah tersedia atau tidak, akan tetapi sering sekali distributor/*supplier* tidak segera atau tidak cepat untuk membalas pesan *dropshipper* sehingga membuat konsumen lama menunggu dan membatalkan pesannya.

4. Resiko kecewa yang akan dialami konsumen tergolong tinggi

Kekurangan yang berikutnya adalah tingkat resiko kekecewan yang akan dihadapi oleh konsumen tergolong tinggi karena, *dropshipper* tidak mengetahui bagaimana kondisi barang dan hanya memberitahukan agar dikirim sesuai dengan pesanan konsumen ke alamat yang sudah diberikan.

2. Dasar Hukum *Dropship*

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, maka perdagangan yang dulunya diharuskan untuk bertatap muka kini mengalami perubahan. Perkembangan teknologi tersebut yaitu dengan ditemukannya internet agar setiap orang dapat bertukar informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu.²⁷ Transaksi jual beli dengan system *dropship* belum diatur secara khusus dalam suatu Undang-Undang. Akan tetapi, mengenai transaksi jual beli secara *online* diatur dalam UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang telah diperbaharui menjadi UU RI NO.19 Tahun 2016 Tentang ITE.

Prinsip yang paling banyak dimiliki ketika adanya transaksi jual beli *online* di Indonesia adalah unsur kepercayaan antara penjual ataupun pembeli. Prinsip kepercayaan itu mencakup kebenaran atas identitas dari penjual ataupun identitas dari pembeli, lalu kepercayaan dalam metode pembayaran. Hal yang sering menjadi pemicu terjadinya penipuan saat transaksi jual beli secara *online* adalah tidak adanya kehati-hatian yang dimiliki konsumen sebelum melakukan transaksi pembelian.

²⁷ Asril Sitompul, *Hukum Internet*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), hal.22.

3. Pihak Dalam Sistem *Dropship*

Dalam transaksi jual beli *online* dengan sistem *dropship* terdapat beberapa pihak yang terkait selama transaksi jual beli berlangsung, diantaranya adalah:

a. Distributor/ *Supplier*

Distributor/ *Supplier* berperan sebagai pemilik dan penyedia barang, juga sebagai pengirim barang secara langsung kepada konsumen akan tetapi dengan identitas nama toko *online* milik *dropshipper* bukan identitas dari distributor/ *Supplier*

b. *Dropshipper*

Dropshipper berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Peran *dropshipper* sebagai perantara penjualan barang yang menjual juga mengiklankan barang serta meneruskan pembelian dari konsumen kepada distributor/ *Supplier* yaitu dengan mengirimkan harga barang dan biaya pengiriman barang agar mendapatkan keuntungan dari selisih harga barang yang dipesan oleh konsumen.

c. Konsumen

Konsumen berperan sebagai pihak yang membeli barang kepada *dropshipper*. Konsumen melihat barang tersebut dari iklan yang disebarakan oleh *dropshipper* melalui *Facebook*. Konsumen akan membayar dengan harga yang diberikan oleh *dropshipper* sesuai dengan barang yang akan dibelinya.

BAB III METODOLOGI

PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan *know-how* dalam ilmu hukum, bukan sekedar *know-about*. Sebagai kegiatan *know-how*, penelitian hukum dilakukan untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi. Kegiatan penelitian hukum merupakan proses menemukan hukum yang berlaku dalam kegiatan hidup bermasyarakat. Akan tetapi dalam hal ini bukan sekedar menerapkan aturan yang ada akan tetapi menciptakan hukum untuk mengatasi masalah yang dihadapi.²⁸ Penelitian merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *research*. Kata *research* berasal dari kata *re* (kembali) dan *to search* (mencari). *Research* berarti mencari kembali. Maka, penelitian ini berhubungan dengan pencarian pengetahuan.

Ruang lingkup penelitian ini ditujukan untuk membatasi permasalahan yang akan di bahas dalam skripsi ini untuk mencegah terjadinya penyimpangan pembahasan dari materi pokok skripsi ini agar pembahasannya dapat tersusun secara sistematis. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah mengenai hubungan hukum para pihak dalam perjanjian transaksi jual beli *online* melalui *Facebook* dengan sistem *dropship* dan perlindungan hukum terhadap konsumen saat melakukan transaksi jual beli *online* melalui *Facebook* dengan sistem *dropship* jika terjadi kesalahan yang dilakukan distributor di toko *online* Griya_miulan27 di Bogor.

²⁸ Peter Mahmud Marzuki, "*Penelitian Hukum*" (Bandung: Kencana Prenada Media Group, 2010), Hal.18.

B. Jenis Penelitian

Penelitian adalah kegiatan ilmiah yang berhubungan dengan analisa, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten berdasarkan suatu sistem dan tidak adanya hal yang bertentangan dengan suatu kerangka tertentu.²⁹ Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian normatif yang didukung dengan data empiris.

Tipe penelitian ini adalah penelitian hukum Normatif dengan pendekatan Yuridis Normatif, dikatakan demikian karena dalam penelitian ini menggunakan cara-cara pendekatan terhadap masalah yang diteliti dengan cara memperhatikan dari segi peraturan perundang-undangan yang berlaku juga dari bahan pustaka yang ada yang didukung dengan metode penelitian empiris yang berisi data-data lapangan hasil dari wawancara.

Penelitian hukum normatif dilakukan meneliti bahan-bahan kepustakaan seperti buku, peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan skripsi ini. Penelitian ini didukung dengan metode penelitian yang bersifat empiris yang data nya didapatkan dari hasil wawancara. Penelitian hukum empiris yang digunakan adalah Penelitian hukum sosiologis atau disebut penelitian lapangan. Penelitian hukum normatif menggunakan data sekunder maka penelitian lapangan menggunakan data primer. Data primer didapatkan melalui pengamatan (observasi), wawancara, juga pengisian kuisisioner.³⁰

²⁹ Soerjono Soekanto, "*Pengantar Penelitian Hukum*", (Jakarta: Universitas Indonesia, 2010), Hal.42.

³⁰ *Ibid.*, hal.82.

Penelitian dengan menggunakan metode ini, bertujuan untuk menelusuri norma-norma hukum yang berkaitan. Wawancara adalah alat pengumpul data tertua didunia, karena sering sekali digunakan untuk mendapatkan informasi. Saat melakukan penelitian empiris ini, penulis melakukan wawancara secara virtual dengan menggunakan aplikasi *Zoom* dengan *dropshipper* dari toko Griya_miulan27 di Bogor. Wawancara dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Zoom* dengan alasan adanya pandemic *Covid-19* juga jarak yang terlalu jauh.

C. Metode Pendekatan Penelitian

Peter Mahmud Marzuki mengatakan di dalam penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan. Dengan pendekatan tersebut, peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabnya.³¹

1. Metode Pendekatan Perundang-undangan (*Statute approach*)

Pendekatan dengan perundang-undangan digunakan untuk meneliti aturan-aturan yang berkaitan dengan peraturan perlindungan bagi konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

2. Metode Pendekatan Konseptual (*Conceptual approach*)

Pendekatan ini digunakan karena munculnya pandangan, pengertian, juga konsep hukum mengenai pemberlakuannya kepada hukum perlindungan konsumen. Konsep yang digunakan adalah konsep dasar perlindungan konsumen, hak juga kewajiban konsumen juga pelaku usaha, dan *dropship*.

³¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 60.

D. Sumber Bahan Hukum

Sumber penelitian pada skripsi ini adalah mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan tersier (non hukum).

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer menurut Prof. Peter Mahmud Marzuki merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas.³² Bahan hukum primer juga adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat berupa peraturan perundang-undangan. Dan perjanjian lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain adalah

- a. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- c. Undang-Undang RI Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- d. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
- e. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang terdiri atas buku-buku (*text book*) yang ditulis para ahli hukum yang berpengaruh (*de herseende leer*), jurnal-jurnal hukum, pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, penelusuran internet,

³² Ibid, hal.181.

artikel ilmiah, makalah yang membahas mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi media elektronik dengan sistem *dropship*.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti esiklopedi, kamus hukum, dan lain-lain.³³

E. Analisis Bahan Hukum

Adapun bahan hukum yang digunakan dalam penelitian dengan metode yuridis empiris ini dalam studi kepustakaan, aturan perundang-undangan, dan artikel yang dimaksud untuk diuraikan dan dihubungkan sedemikian rupa, sehingga dapat disajikan dalam penulisan yang lebih sistematis untuk menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan yang didukung dengan bahan hasil wawancara sebagai dasar acuan dan pertimbangan hukum yang berguna untuk menangani masalah perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha.

³³ Baharudin, "Bahan Hukum",
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/10138/BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
Diakses pada tanggal 31 oktober tahun 2021 pukul 16.23 WIB.