

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi informasi berkembang pesat dan membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi dan perdagangan. Transformasi fundamental dari ekonomi berbasis dokumen fisik menuju ekonomi berbasis elektronik telah mendorong lahirnya dan berkembangnya perdagangan elektronik atau yang lebih dikenal sebagai e-commerce.¹ Fenomena ini telah mengubah lanskap bisnis secara drastis, memungkinkan transaksi jual beli barang dan jasa berlangsung secara daring, melampaui batas-batas geografis dan waktu, tanpa memerlukan interaksi tatap muka langsung antara penjual dan pembeli.² Adopsi internet sebagai media informasi dan komunikasi elektronik yang luas, baik untuk pencarian data, pengiriman pesan, maupun aktivitas perdagangan, menjadi pilar utama di balik revolusi ini, sebagaimana dijelaskan dalam kajian tentang perkembangan teknologi dan dampaknya terhadap perubahan sosial dan ekonomi.³

Pemanfaatan e-commerce telah memberikan dampak yang masif bagi masyarakat, baik di tingkat nasional maupun internasional. Kemudahan akses terhadap beragam produk dan jasa, efisiensi waktu, serta pilihan yang melimpah menjadi daya tarik utama bagi konsumen.⁴ Terlebih lagi, selama pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas fisik, e-commerce menjadi solusi esensial bagi

¹ Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R., "E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JUMANIS)* 200 (2020): 200.

² W. M. Hariri, *Hukum Perikatan: Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 57.

³ Ajib, Moh, and Ahmad Habiburrahman Aksa. "Dampak Perkembangan Teknologi Pertanian Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Petani." *Al-I'timad: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam* 1, no. 1 (2023): 19-41.

⁴ Hendryan, D., Ganiarta, L., & Aryani, G. (2024). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli-online (e-commerce). *Viva Themis: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, 7(1), 87-100.

banyak individu dan bisnis untuk tetap beraktivitas ekonomi.⁵ Pembatasan sosial mendorong masyarakat untuk semakin mengandalkan platform daring dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang pada gilirannya memicu pertumbuhan eksponensial berbagai pelaku usaha baru yang menawarkan produk dan jasa secara daring, sehingga frekuensi transaksi jual beli melalui internet pun meningkat tajam.⁶ Ini menunjukkan bagaimana e-commerce tidak hanya menjadi tren, tetapi juga kebutuhan fundamental dalam menghadapi disrupsi global, mendorong adaptasi cepat di berbagai sektor.

Meskipun e-commerce menawarkan berbagai keuntungan dan kemudahan, di sisi lain, karakteristik unik transaksi tanpa tatap muka juga menimbulkan berbagai potensi permasalahan hukum, khususnya terkait dengan perlindungan hak-hak konsumen. Dalam konteks digital, konsumen seringkali tidak dapat memeriksa kondisi fisik barang secara langsung sebelum membeli, sehingga menimbulkan ketidakpastian akan kesesuaian produk yang diterima dengan deskripsi daring. Selain itu, ketergantungan pada pihak ketiga seperti jasa pengiriman juga menambah lapisan risiko, di mana keterlambatan pengiriman atau kerusakan barang selama transportasi dapat terjadi tanpa kontrol langsung dari pembeli maupun penjual.⁷ Permasalahan ini seringkali menempatkan konsumen dalam posisi yang rentan, berbeda dengan transaksi konvensional di mana konsumen memiliki kesempatan lebih besar untuk memeriksa barang secara langsung sebelum membeli dan berinteraksi langsung dengan penjual.

Di samping itu, isu keamanan pembayaran dan potensi penipuan juga kerap kali menjadi tantangan serius yang harus dihadapi oleh konsumen dalam transaksi e-commerce.⁸ Berbagai modus penipuan, seperti penjual fiktif, manipulasi harga,

⁵ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Laporan Tahunan Perkembangan Perdagangan Elektronik di Indonesia 2020 (Jakarta: Kementerian Perdagangan RI, 2021), 15.

⁶ Nurlela, N. (2021). E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 47-56.

⁷ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: Kencana, 2016), 112.

⁸ P. I. Ramadhani, "Bareskrim Catat 1.617 Kasus Penipuan Online di 2019, Terbanyak di Instagram," *merdeka*, 1 Desember 2019, diakses 2 Juli 2025, <https://www.merdeka.com/uang/bareskrim-catat-1617-kasus-penipuanonline-di-2019-terbanyak-di-instagram.html>.

hingga pengiriman barang yang tidak sesuai, masih marak terjadi dan merugikan konsumen. Sementara itu, risiko penyalahgunaan data pribadi serta kerentanan sistem pembayaran daring juga menjadi kekhawatiran yang valid bagi konsumen. Kajian tentang tantangan dalam perdagangan daring menunjukkan bahwa konsumen perlu lebih berhati-hati dan menyadari risiko yang melekat dalam setiap transaksi digital, sebab lingkungan virtual ini memiliki kompleksitas yang berbeda dari perdagangan konvensional.⁹

Salah satu isu krusial yang paling sering muncul dan menjadi sumber sengketa dalam transaksi e-commerce adalah hak konsumen atas pengembalian dana (refund) atau penukaran barang (return). Permasalahan ini timbul ketika harapan konsumen tidak sesuai dengan realitas produk atau layanan yang diterima. Konsumen seringkali menghadapi kesulitan yang signifikan ketika ingin mengklaim haknya untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai dengan pesanan, rusak saat proses pengiriman, cacat produksi, atau bahkan ketika barang yang dibeli sama sekali tidak diterima.¹⁰ Situasi ini menciptakan ketidakpastian dan ketidaknyamanan bagi konsumen, yang berpotensi merusak kepercayaan mereka terhadap sistem perdagangan daring.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan besar tentang sejauh mana sistem hukum yang berlaku di Indonesia mampu memberikan perlindungan yang memadai terhadap konsumen dalam ranah digital yang dinamis ini, terutama jika dibandingkan dengan kemudahan yang dijanjikan oleh teknologi itu sendiri. Laporan dan keluhan konsumen terkait proses pengembalian dana yang berbelarutar, prosedur yang tidak jelas, atau penolakan klaim yang sepihak, sering menjadi indikasi adanya celah dalam mekanisme perlindungan hukum. Celah ini perlu dianalisis secara mendalam untuk memastikan bahwa hak-hak fundamental konsumen, seperti yang dijamin oleh undang-undang, benar-benar dapat diimplementasikan dalam praktik transaksi e-commerce yang kompleks.

⁹ A. H. Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Ecommerce Lintas Negara di Indonesia* (Yogyakarta: FH UII Press, 2009), 67.

¹⁰ Y. S. Wulandari, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli ECommerce," *Ajudikasi* 199 (2018): 199.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi sangat esensial guna menjamin kepastian hukum dan keadilan bagi semua pihak. Di Indonesia, kerangka hukum yang utama dalam hal ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).¹¹ UUPK dirancang dengan tujuan mulia untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur, serta memberikan kepastian bagi konsumen dalam memperoleh barang dan jasa tanpa menimbulkan kerugian.¹² Dengan adanya regulasi ini, diharapkan konsumen yang bertransaksi secara daring dapat merasa lebih aman dan terlindungi dari potensi kerugian atau pelanggaran hak, sejalan dengan prinsip-prinsip keadilan dalam berkonsumsi.

UUPK secara spesifik mengatur hak-hak konsumen terkait pengembalian barang dan transaksi. Pasal 4 UUPK secara fundamental menjamin hak konsumen untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk diperlakukan secara adil dan jujur.¹³ Prinsip-prinsip ini harus menjadi landasan bagi setiap kebijakan pengembalian dana yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam e-commerce. Lebih lanjut, UUPK juga menegaskan pentingnya transparansi informasi, sehingga konsumen dapat membuat keputusan berdasarkan data yang akurat dan lengkap. Regulasi ini menjadi landasan hukum bagi konsumen untuk menuntut haknya apabila terjadi ketidaksesuaian produk atau layanan, menegaskan pentingnya transparansi dalam setiap transaksi elektronik.

Namun, kenyataan di lapangan seringkali menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara aturan hukum dan implementasinya. Beberapa kasus mengindikasikan bahwa proses pengembalian barang atau dana dalam transaksi e-commerce masih menghadapi kendala yang serius. Lambatnya respons dari penjual atau platform, ketidakjelasan prosedur pengembalian, hingga penolakan

¹¹ A. Maharani dan A. D. Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 659 (2021): 659–666.

¹² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹³ *Ibid.*

pengembalian dana seringkali menyulitkan konsumen untuk memperoleh haknya. Meskipun UUPK memberikan perlindungan terhadap informasi yang jelas, masih ada praktik di mana informasi produk tidak sepenuhnya akurat, atau bahkan terdapat unsur penipuan yang secara langsung merugikan konsumen, sehingga kepercayaan konsumen terhadap e-commerce dapat tergerus. Hal ini menimbulkan frustrasi di kalangan konsumen dan menjadi sorotan utama bagi lembaga perlindungan konsumen.

Berbagai platform e-commerce yang populer di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, umumnya memiliki sistem pengembalian dana (refund) dan pengembalian barang (return) yang diatur dalam kebijakan internal masing-masing. Kebijakan ini, yang seringkali disebut sebagai Syarat dan Ketentuan Penggunaan, ditetapkan secara mandiri oleh penyedia platform. Fungsi utamanya adalah menjadi aturan main yang mengikat bagi seluruh pengguna, baik itu penjual maupun pembeli, yang berinteraksi dalam ekosistem perdagangan daring mereka. Pengaturan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari syarat pengajuan pengembalian, prosedur yang harus diikuti, hingga jangka waktu penyelesaian klaim.

Kendati demikian, muncul pertanyaan krusial mengenai landasan hukum dari kebijakan internal yang ditetapkan oleh platform e-commerce tersebut. Dalam sistem perundang-undangan Indonesia, setiap peraturan yang mengikat masyarakat idealnya memiliki delegasi yang jelas dari peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. Namun, dalam konteks standar dan prosedur rinci mengenai pengembalian dana dalam transaksi e-commerce, seringkali ketiadaan payung hukum spesifik yang mengatur secara detail hal ini dari pemerintah. Hal ini menciptakan ambiguitas hukum terkait sejauh mana kebijakan internal platform dapat menggantikan atau setara dengan ketentuan hukum yang berlaku secara umum dalam UUPK.

Secara khusus, kebijakan pengembalian dana yang diberlakukan oleh Shopee patut dicermati. Meskipun Shopee sebagai platform menyediakan mekanisme pengembalian, validitas hukum dari syarat dan ketentuan yang mereka

tetapkan secara sepihak menjadi isu penting. Tanpa adanya delegasi atau peraturan yang lebih tinggi yang secara eksplisit mengatur secara rinci prosedur dan syarat pengembalian dana di e-commerce, kebijakan Shopee berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen. Ketentuan yang ditetapkan oleh platform tersebut, yang merupakan entitas swasta, dapat sepenuhnya dijadikan dasar hukum yang sah untuk menolak atau menyetujui pengembalian barang atau dana konsumen, terlepas dari prinsip-prinsip yang diamanatkan dalam UUPK.

Area ini menjadi abu-abu dan kompleks dalam praktik perlindungan konsumen. Ketiadaan peraturan pemerintah atau badan otoritas yang lebih tinggi yang mengatur secara spesifik detail mekanisme pengembalian dana di e-commerce menyebabkan kebijakan internal platform seringkali menjadi satu-satunya acuan. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam untuk menentukan kekuatan hukum dan keberlakuan dari kebijakan platform seperti Shopee. Penelitian ini penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen tetap terlindungi secara efektif dan bahwa tidak ada tumpang tindih atau ketidakselarasan antara kebijakan internal platform dengan semangat dan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kondisi ini diperparah dengan fakta bahwa Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat pengaduan konsumen terkait e-commerce, di mana kasus pengembalian dana (refund) menjadi yang paling banyak dilaporkan, mencapai 23,4% dari total pengaduan YLKI pada tahun 2023.¹⁴ Konsumen merasa dirugikan karena tidak mendapatkan kejelasan atau penyelesaian yang adil dari pihak penjual maupun dari penyelenggara platform e-commerce. Kasus-kasus yang masuk ke BPSK seringkali menunjukkan bahwa sistem pengaduan internal platform e-commerce belum sepenuhnya mampu menyelesaikan persoalan secara cepat, adil, dan transparan, sehingga konsumen terpaksa menempuh jalur hukum

¹⁴ Dwi Rachmawati, "YLKI Ungkap Pengaduan Konsumen Terbanyak di Sektor E-commerce," diakses 01 September 2025, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240123/12/1734816/ylki-ungkap-pengaduan-konsumen-terbanyak-di-sektor-e-commerce>.

untuk mendapatkan keadilan dan kepastian haknya.¹⁵ Ini mengindikasikan bahwa masalah sistemik masih terjadi dalam penyelesaian sengketa konsumen di ranah digital, yang menuntut adanya mekanisme perlindungan hukum yang lebih efektif.

Indonesia telah memiliki perangkat hukum yang komprehensif dalam bentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penerapannya dalam transaksi e-commerce masih belum optimal, terutama dalam hal pengembalian dana. Konsumen membutuhkan perlindungan hukum yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga operasional, melalui sistem pengaduan yang efisien, proses refund yang adil dan transparan, serta sanksi tegas terhadap pelaku usaha atau platform yang lalai atau curang. Dengan demikian, kehadiran e-commerce dapat tetap menjadi solusi praktis dan aman bagi masyarakat dalam melakukan transaksi, sekaligus mendorong ekosistem perdagangan digital yang sehat dan berkeadilan, sebagaimana ditekankan dalam berbagai literatur hukum konsumen.

Melihat kompleksitas permasalahan yang muncul dalam praktik e-commerce, terutama terkait dengan kepastian hukum bagi konsumen dalam konteks pengembalian dana, penelitian ini menjadi sangat relevan dan mendesak. Berbagai tantangan yang dihadapi konsumen, mulai dari ketidakjelasan prosedur, dasar hukum kebijakan platform, hingga lambatnya penyelesaian sengketa, menegaskan pentingnya analisis mendalam terhadap perlindungan hukum konsumen terhadap pengembalian dana atas transaksi e-commerce dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini akan mengkaji secara komprehensif bagaimana ketentuan hukum yang berlaku dapat memberikan perlindungan maksimal, mengevaluasi keselarasan kebijakan platform e-commerce dengan prinsip perlindungan konsumen, serta menganalisis mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif untuk memastikan hak-hak konsumen terpenuhi.

¹⁵ Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177-189.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang menjadi pokok permasalahan, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kebijakan pengembalian dana (refund) oleh Shopee dihubungkan dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana peraturan dan syarat pengembalian dana yang ditetapkan oleh Shopee, tanpa adanya delegasi dan peraturan yang lebih tinggi, dapat dijadikan dasar hukum yang sah untuk pengembalian barang dalam transaksi e-commerce?
3. Bagaimana upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat kebijakan pengembalian dana dihubungkan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam transaksi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kebijakan pengembalian dana dalam transaksi e-commerce pada platform Shopee serta relevansinya dengan ketentuan hukum perlindungan konsumen. Adapun tujuan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kebijakan pengembalian dana (refund) oleh Shopee dihubungkan dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Untuk menganalisis peraturan dan syarat pengembalian dana yang ditetapkan oleh Shopee, tanpa adanya delegasi dan peraturan yang lebih tinggi, dapat dijadikan dasar hukum yang sah untuk pengembalian barang dalam transaksi e-commerce
3. Untuk mendeskripsikan upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat kebijakan pengembalian dana yang tidak sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam transaksi e-commerce.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat utama, yaitu manfaat akademik dan manfaat praktik, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu hukum di Indonesia, khususnya dalam ranah Hukum Perlindungan Konsumen terkait transaksi e-commerce. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi, mahasiswa, dan peneliti yang tertarik mendalami aspek hukum dalam perlindungan konsumen di era digital.

2. Kegunaan Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha e-commerce, serta konsumen, dalam meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi regulator dalam menyusun kebijakan yang lebih efektif terkait mekanisme pengembalian dana dalam transaksi e-commerce.

E. Kerangka Pemikiran

1. Perjanjian dalam Hukum Perdata

Konsep perjanjian merupakan salah satu pilar fundamental dalam sistem hukum perdata, yang membentuk dasar bagi berbagai transaksi dan hubungan hukum antarindividu atau badan hukum. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) di Indonesia secara eksplisit mengatur definisi dan syarat-syarat sahnya perjanjian. Pasal 1313 KUH Perdata mendefinisikan perjanjian sebagai "suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih".¹⁶ Definisi ini secara lugas menunjukkan esensi dari perjanjian sebagai suatu tindakan yang melahirkan ikatan atau komitmen timbal balik, secara otomatis menciptakan hubungan hukum yang saling mengikat antara para pihak yang terlibat. Dalam

¹⁶ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cet. 12 (Jakarta: Intermasa, 2005), 1.

praktik hukum, perjanjian tidak hanya dilihat sebagai formalitas semata, melainkan sebagai manifestasi kehendak bebas para pihak untuk menciptakan hak dan kewajiban yang sah di mata hukum, menggarisbawahi pentingnya kesukarelaan dan niat baik yang menjadi fondasi utama dalam setiap ikatan kontraktual.¹⁷ Esensi ini menjadi krusial dalam memahami transaksi e-commerce, di mana perjanjian terbentuk tanpa pertemuan fisik namun tetap melahirkan konsekuensi hukum yang kuat dan mengikat.

Pentingnya perjanjian dalam hukum perdata juga ditegaskan melalui asas kebebasan berkontrak (*contractvrijheid* atau *pacta sunt servanda*), yang diatur secara gamblang dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata. Pasal ini secara tegas menyatakan bahwa "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya".¹⁸ Asas ini mengandung dua makna krusial yang saling melengkapi: pertama, para pihak memiliki kebebasan yang sangat luas untuk menentukan isi, bentuk, dan syarat-syarat perjanjian yang mereka inginkan, sejauh tidak bertentangan dengan undang-undang yang berlaku, ketertiban umum, dan kesusilaan. Fleksibilitas ini memungkinkan pengaturan hubungan hukum yang sesuai dengan kebutuhan spesifik masing-masing pihak. Kedua, setelah perjanjian itu disepakati secara sah, ia memiliki kekuatan mengikat yang setara dengan undang-undang, sehingga wajib dipatuhi oleh para pihak seperti halnya mereka mematuhi peraturan perundang-undangan.¹⁹ Mengingat bahwa transaksi e-commerce sangat bergantung pada kesepakatan elektronik dan syarat ketentuan yang ditetapkan platform, pemahaman atas asas ini menjadi vital dalam menelaah legitimasi kebijakan pengembalian dana yang dikeluarkan oleh penyedia platform seperti Shopee.

Suatu perjanjian dapat dinyatakan sah dan memiliki kekuatan mengikat di mata hukum dengan empat syarat pokok yang harus dipenuhi yaitu

¹⁷ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Pada Umumnya*, Cet. 1 (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1999), 11.

¹⁸ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, 15.

¹⁹ Salim H.S., *Hukum Kontrak: Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, Cet. 6 (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 18.

sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata.²⁰ Syarat-syarat ini secara tradisional dibagi menjadi dua kategori besar: syarat subjektif dan syarat objektif. Syarat subjektif secara langsung berkaitan dengan subjek atau para pihak yang membuat perjanjian, memastikan bahwa mereka memenuhi kualifikasi personal untuk mengikatkan diri dalam suatu hubungan hukum. Syarat pertama adalah adanya kesepakatan (konsensus) antara pihak-pihak yang terlibat, yang berarti adanya persesuaian kehendak secara bebas, tulus, dan tanpa adanya paksaan, kekhilafan, atau penipuan yang dapat menciderai kemurnian kehendak tersebut. Kehendak yang bebas dan murni ini adalah fondasi utama dari setiap ikatan kontraktual yang sah.²¹

Syarat subjektif yang kedua adalah kecakapan hukum dari para pihak, yang mengacu pada kemampuan seseorang untuk melakukan perbuatan hukum, yaitu telah mencapai usia dewasa (umumnya 18 tahun atau telah menikah) dan tidak berada di bawah pengampuan (misalnya, karena gangguan jiwa, boros, atau kondisi lain yang membuat seseorang tidak mampu mengurus kepentingannya sendiri secara mandiri).²² Apabila salah satu syarat subjektif ini tidak terpenuhi, maka perjanjian tersebut tidak serta-merta batal, namun dapat dibatalkan (*vernietigbaar*), yang berarti perjanjian itu tetap sah sampai ada pihak yang berwenang (pihak yang dirugikan atau wali/kuratornya) mengajukan permohonan pembatalan ke pengadilan.²³ Kondisi ini sering menjadi celah dalam transaksi daring jika identitas atau kapasitas hukum pihak lain tidak terverifikasi secara sempurna.

Keberlakuan suatu perjanjian juga sangat bergantung pada terpenuhinya syarat objektif, yang berfokus pada substansi atau isi dari perjanjian itu sendiri. Syarat ketiga adalah objek perjanjian yang jelas atau suatu hal tertentu, yang berarti barang atau jasa yang diperjanjikan haruslah tertentu atau setidaknya

²⁰ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Cet. 5 (Bandung: Mandar Maju, 2000), 20.

²¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Cet. 3 (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004), 89.

²² R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, 25.

²³ Salim H.S., *Hukum Kontrak: Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, 29.

dapat ditentukan jenis dan jumlahnya pada saat perjanjian dibuat.²⁴ Objek perjanjian juga haruslah sesuatu yang dapat diperdagangkan, tidak dilarang oleh hukum, dan secara fisik memungkinkan untuk direalisasikan. Syarat keempat dan terakhir adalah suatu sebab (causa) yang halal, yang berarti alasan atau tujuan dari perjanjian tersebut harus sesuai dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan.²⁵ Misalnya, perjanjian yang dibuat untuk melakukan tindak pidana, seperti jual beli barang ilegal atau perbuatan yang melanggar moral, tidak akan memiliki sebab yang halal. Jika salah satu syarat objektif ini tidak terpenuhi, maka perjanjian tersebut batal demi hukum (nietig), yang berarti perjanjian itu dianggap tidak pernah ada sejak awal dan tidak pernah melahirkan hak dan kewajiban apa pun bagi para pihak, sehingga tidak dapat dimintakan pelaksanaan maupun ganti rugi.²⁶ Pemenuhan keempat syarat ini secara utuh sangat krusial untuk validitas hukum suatu perjanjian dalam rangka mencapai kepastian hukum bagi para pihak, termasuk dalam transaksi e-commerce di mana objek dan sebab harus jelas meskipun prosesnya virtual.

Selain asas kebebasan berkontrak yang memberikan ruang bagi para pihak, dalam hukum perjanjian terdapat pula asas konsensualisme. Asas ini merupakan prinsip fundamental yang menyatakan bahwa pada umumnya, suatu perjanjian dan perikatan dianggap telah lahir atau mengikat sejak saat tercapainya kesepakatan (konsensus) antara para pihak, tanpa memerlukan formalitas tertentu atau penyerahan objek perjanjian secara fisik.²⁷ Hal ini sejalan dengan Pasal 1320 KUH Perdata butir 1 yang mensyaratkan "sepakat mereka yang mengikatkan dirinya" sebagai syarat sahnya perjanjian. Asas konsensualisme secara eksplisit menegaskan bahwa ikatan hukum perjanjian muncul dari pertemuan kehendak para pihak, yang bisa terjadi melalui berbagai cara komunikasi, termasuk melalui media elektronik seperti platform e-commerce. Hanya dalam kasus-kasus tertentu yang diatur secara khusus oleh undang-undang (misalnya, perjanjian jual beli tanah atau pendirian perseroan

²⁴ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Cet. 2 (Bandung: Alumni, 2005), 45.

²⁵ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Pada Umumnya*, 78

²⁶ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, 32.

²⁷ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, 12.

terbatas yang mensyaratkan bentuk akta otentik), asas konsensualisme ini dikecualikan dan memerlukan formalitas tertentu untuk keabsahannya.²⁸ Pentingnya asas ini dalam e-commerce terletak pada pengakuan terhadap kesepakatan yang terbentuk secara elektronik, misalnya melalui klik "beli" atau "setuju" terhadap syarat dan ketentuan.

Pelanggaran terhadap perjanjian yang telah disepakati dan dibuat secara sah akan berujung pada wanprestasi atau ingkar janji. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak, baik sengaja maupun tidak sengaja, gagal memenuhi kewajibannya sebagaimana yang telah diperjanjikan, sehingga menimbulkan kerugian bagi pihak lain.²⁹ Konsep wanprestasi ini menjadi sangat relevan dan mendasar dalam konteks perlindungan konsumen, terutama dalam ranah e-commerce, karena sebagian besar ketidakpuasan atau kerugian yang dialami konsumen seringkali berakar dari tindakan wanprestasi oleh pelaku usaha. Apabila seorang pelaku usaha tidak mengirimkan barang yang telah dibayar, mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi, atau menolak pengembalian dana padahal konsumen telah memenuhi syarat yang berlaku, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai tindakan wanprestasi.³⁰

Bentuk-bentuk wanprestasi dapat bervariasi dan diidentifikasi secara jelas dalam praktik hukum. Secara garis besar, wanprestasi dapat berupa: pertama, tidak melaksanakan isi perjanjian sama sekali, yang berarti salah satu pihak sama sekali tidak melakukan apa pun yang seharusnya ia lakukan berdasarkan kontrak.³¹ Kedua, melaksanakan perjanjian tetapi tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati, misalnya, kualitas barang yang dikirim jauh di bawah standar yang diiklankan, atau jasa yang diberikan tidak memenuhi standar yang dijanjikan. Ketiga, keterlambatan dalam pelaksanaan perjanjian, di mana pihak yang berkewajiban tidak memenuhi prestasinya pada waktu yang telah ditentukan atau pada waktu yang wajar yang disepakati. Keempat,

²⁸ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, 75.

²⁹ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, 45.

³⁰ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Cet. 1 (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), 320.

³¹ Salim H.S., *Hukum Kontrak: Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, 175.

melakukan tindakan yang dilarang dalam perjanjian, meskipun tindakan tersebut mungkin tidak secara langsung terkait dengan pemenuhan prestasi utama. Konsekuensi dari wanprestasi ini adalah timbulnya hak bagi pihak yang dirugikan (dalam hal ini, konsumen) untuk menuntut berbagai pemulihan, seperti ganti rugi atas kerugian yang diderita, pembatalan perjanjian, atau bahkan pelaksanaan perjanjian secara paksa melalui jalur hukum, yang menjadi dasar penting dalam penyelesaian sengketa kontrak di ranah e-commerce.

Salah satu hak utama bagi pihak yang dirugikan akibat wanprestasi adalah tuntutan ganti rugi. Ganti rugi dalam hukum perjanjian bertujuan untuk mengembalikan posisi pihak yang dirugikan ke posisi seolah-olah perjanjian telah dilaksanakan dengan baik, memastikan tidak ada pihak yang menderita kerugian akibat kelalaian atau pelanggaran kontrak. Berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata, ganti rugi secara tradisional meliputi tiga komponen: biaya, rugi, dan bunga. Biaya adalah segala pengeluaran yang nyata-nyata telah dikeluarkan oleh pihak yang dirugikan sebagai akibat langsung dari wanprestasi. Rugi adalah kerugian yang diderita karena berkurangnya kekayaan pihak yang dirugikan, termasuk kerugian yang timbul dari hilangnya keuntungan yang diharapkan yang seharusnya diperoleh jika perjanjian dilaksanakan. Sedangkan bunga adalah keuntungan yang seharusnya diperoleh dari modal yang tertunda akibat wanprestasi, meskipun dalam praktik modern ini seringkali diinterpretasikan lebih luas sebagai kompensasi atas keterlambatan atau kerugian waktu. Dalam konteks e-commerce, ganti rugi ini dapat berupa pengembalian dana penuh, penggantian biaya pengiriman yang telah dikeluarkan, atau kompensasi atas waktu dan upaya yang hilang akibat produk yang cacat atau tidak sesuai, yang menjadi esensi dari hak pengembalian dana bagi konsumen.

Prinsip-prinsip hukum perjanjian yang telah dijelaskan di atas memiliki relevansi yang sangat tinggi dan tidak dapat dilepaskan dalam menganalisis setiap transaksi e-commerce. Meskipun transaksi daring dilakukan melalui media elektronik tanpa tatap muka langsung, esensi hubungan hukum yang terbentuk antara konsumen dan pelaku usaha tetaplah berdasarkan perjanjian.

Asas konsensualisme memungkinkan kesepakatan terbentuk secara valid melalui tindakan elektronik seperti klik "setuju" atau konfirmasi pembelian daring, sementara asas kebebasan berkontrak memberi ruang bagi platform e-commerce untuk menetapkan Syarat dan Ketentuan Penggunaan mereka sebagai bagian dari perjanjian. Namun, prinsip-prinsip ini harus tetap berada dalam koridor hukum yang lebih tinggi, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang secara spesifik menjamin hak-hak dasar konsumen. Analisis terhadap kebijakan pengembalian dana Shopee, misalnya, harus selalu mengacu pada apakah kebijakan tersebut secara sah memenuhi syarat perjanjian dan tidak bertentangan dengan semangat perlindungan konsumen yang diamanatkan oleh UUPK, khususnya Pasal 4 yang mengatur hak konsumen atas keamanan dan perlakuan yang adil.

Seringkali terjadi ketidakselarasan antara teori hukum perjanjian yang ideal dan implementasinya dalam transaksi e-commerce, terutama terkait dengan penanganan masalah pengembalian dana. Meskipun konsumen secara teoretis memiliki hak untuk menuntut pemenuhan perjanjian atau ganti rugi atas wanprestasi, prosedur yang rumit, persyaratan bukti yang memberatkan, atau kebijakan platform yang cenderung bias dapat menghambat realisasi hak tersebut. Persyaratan bukti yang ketat, proses verifikasi yang panjang, atau bahkan penolakan klaim sepihak oleh pelaku usaha atau platform dapat menjadikan hak konsumen atas pengembalian dana sulit untuk dicapai, menimbulkan kerugian lebih lanjut.³² Inilah mengapa peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi sangat vital, karena ia hadir sebagai "lex specialis" yang memberikan perlindungan tambahan dan spesifik bagi konsumen, yang seringkali berada dalam posisi tawar yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha dalam transaksi e-commerce. UUPK diharapkan dapat menyeimbangkan kembali kedudukan para pihak dalam perjanjian e-commerce.

³² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 65.

Kerangka hukum perjanjian yang komprehensif ini memberikan lensa analitis yang kuat untuk mengkaji permasalahan pengembalian dana dalam transaksi e-commerce, khususnya di platform seperti Shopee. Setiap transaksi pembelian oleh konsumen adalah sebuah perjanjian jual beli yang sah, dan setiap kebijakan pengembalian dana yang dikeluarkan oleh Shopee harus dianggap sebagai bagian integral dari syarat-syarat perjanjian tersebut. Penting untuk menganalisis apakah kebijakan Shopee terkait pengembalian dana, yang seringkali ditetapkan secara sepihak, memenuhi prinsip-prinsip keabsahan perjanjian dan tidak melanggar hak-hak konsumen yang dijamin secara fundamental oleh UUPK. Analisis ini akan mengupas secara mendalam apakah kebijakan tersebut dapat dikategorikan sebagai "undang-undang bagi mereka yang membuatnya" tanpa adanya delegasi yang jelas dari peraturan yang lebih tinggi, dan bagaimana hal ini secara langsung mempengaruhi upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam konteks pengembalian dana.²⁸ Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang teori perjanjian adalah prasyarat untuk menganalisis secara komprehensif dan akurat perlindungan hukum konsumen dalam kasus pengembalian dana di e-commerce.

2. Perlindungan Hukum Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen adalah cabang hukum yang dirancang khusus untuk melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen sebagai pihak yang lebih lemah dalam hubungan ekonomi. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap ketidakseimbangan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen, terutama di tengah kompleksitas pasar modern dan perkembangan teknologi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi landasan utama di Indonesia yang secara eksplisit mengatur definisi dan ruang lingkup konsumen. Menurut Pasal 1 ayat (2) UUPK, konsumen didefinisikan sebagai 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 kembali. Definisi ini sangat penting karena membedakan antara konsumen

akhir (pengguna) dan pelaku usaha (pedagang), sehingga fokus perlindungan dapat ditujukan secara tepat kepada pihak yang membutuhkan. Konsumen dalam konteks ini memiliki hak fundamental untuk mendapatkan perlindungan, tidak hanya dalam aspek keamanan fisik dari barang atau jasa yang digunakan, tetapi juga dalam pemenuhan hak-hak normatifnya sebagai pengguna yang adil dan jujur.³³

Secara umum, hak-hak dasar konsumen dapat dikelompokkan ke dalam tiga aspek utama yang saling terkait untuk menjamin kesejahteraan dan keadilan. Pertama, hak untuk terhindar dari kerugian, baik secara pribadi (misalnya kesehatan atau keselamatan) maupun terhadap harta benda yang dimilikinya, akibat penggunaan barang atau jasa. Ini mencakup perlindungan dari produk cacat atau layanan berbahaya. Kedua, hak untuk memperoleh barang atau jasa dengan harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas serta standar yang dijanjikan, sehingga konsumen tidak mengalami kerugian ekonomi akibat praktik bisnis yang tidak transparan atau manipulatif. Ketiga, hak untuk mendapatkan solusi yang adil dan efektif apabila terjadi permasalahan atau sengketa dalam transaksi, termasuk hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi yang layak jika hak-haknya dilanggar. Hak-hak dasar ini menjadi pijakan filosofis bagi pembentukan regulasi perlindungan konsumen di Indonesia, memastikan bahwa konsumen tidak hanya pasif tetapi juga memiliki daya tawar di pasar.³⁴

Hak konsumen secara umum dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis utama yang diakui secara universal. Menurut Kristiyanti, hak-hak tersebut meliputi: Pertama, hak atas keamanan (*the right to safety*), yaitu hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang aman dan tidak membahayakan kesehatan, keselamatan, dan lingkungan hidup konsumen. Ini adalah hak fundamental yang wajib dipenuhi oleh setiap pelaku usaha. Kedua, hak atas informasi (*the right to be informed*), yaitu hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan

³³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, LN No. 42 Tahun 1999, TLN No. 3821, Pasal 1 ayat (2).

³⁴ Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 25.

jujur mengenai kondisi, karakteristik, harga, serta jaminan produk atau jasa yang digunakan, memungkinkan konsumen membuat keputusan pembelian yang rasional dan terinformasi.³⁵

Ketiga, hak untuk memilih, yaitu hak untuk menentukan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan tanpa adanya paksaan atau manipulasi, serta memperoleh produk yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan. Keempat, hak untuk didengar, yaitu hak konsumen untuk menyampaikan pendapat, keluhan, atau keberatan terkait barang atau jasa yang digunakan, serta mendapatkan tanggapan yang layak dan penyelesaian yang memadai dari pihak penyedia atau otoritas terkait. Keempat hak ini, yang juga merupakan adopsi dari konsep hak konsumen internasional, membentuk landasan bagi interaksi yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen di berbagai sektor, termasuk e-commerce.³⁶

Pemerintah Indonesia, melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), memberikan perlindungan hukum yang komprehensif bagi konsumen dengan menjamin hak-hak mereka secara spesifik. Berdasarkan Pasal 4 UUPK, hak-hak konsumen tersebut meliputi:³⁷

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan serta memperoleh produk yang sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang telah dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa yang ditawarkan; dan
- d. Hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan terkait barang atau jasa yang digunakan. Hak-hak ini merupakan fondasi yang kuat bagi

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), 38.

³⁶ *Ibid.*, 45.

³⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

- konsumen untuk menuntut keadilan jika terjadi pelanggaran dalam transaksi.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa secara patut dalam kasus pelanggaran hak-hak konsumen;
 - f. Hak atas pembinaan dan pendidikan untuk meningkatkan kesadaran serta pemahaman konsumen dalam bertransaksi;
 - g. Hak untuk diperlakukan secara adil dan tidak diskriminatif dalam memperoleh barang dan jasa; dan
 - h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Terakhir,
 - i. UUPK juga mengakui hak-hak lain yang dijamin oleh peraturan perundang-undangan lain yang berlaku di Indonesia.

Seluruh hak ini secara kolektif membentuk kerangka perlindungan yang holistik, bertujuan untuk memberdayakan konsumen dan menciptakan keseimbangan dalam hubungan bisnis, termasuk dalam transaksi e-commerce.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga menetapkan beberapa asas yang menjadi dasar filosofis dan operasional dalam perlindungan konsumen di Indonesia. Asas-asas tersebut meliputi:³⁸

- a. Asas Manfaat, di mana perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi semua pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, guna menciptakan kesejahteraan dalam aktivitas ekonomi dan sosial.
- b. Asas Keadilan, yang menyatakan bahwa setiap konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi secara adil, sehingga semua pihak mendapatkan kesempatan yang sama dan tidak ada yang dirugikan secara sepihak dalam bertransaksi. Prinsip

³⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

ini sangat relevan dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

- c. Asas Keseimbangan, yang menegaskan bahwa perlindungan konsumen harus menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha, serta peran pemerintah dalam aspek ekonomi dan sosial, sehingga tidak ada pihak yang terlalu dominan atau dirugikan.
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, yang menjadi prioritas utama, bahwa konsumen berhak mendapatkan jaminan keamanan dan keselamatan dalam penggunaan barang atau jasa yang mereka konsumsi, baik secara fisik maupun non-fisik, dari segala potensi bahaya.
- e. Asas Kepastian Hukum, yang memastikan bahwa semua pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, harus menaati hukum yang berlaku dan mendapatkan keadilan dalam perlindungan konsumen, dengan negara sebagai penjamin kepastian hukum tersebut.

Asas-asas ini menjadi pedoman interpretasi dan implementasi UUPK dalam berbagai kasus perlindungan konsumen, termasuk yang terjadi di ranah e-commerce. Dalam konteks perlindungan konsumen, prinsip tanggung jawab merupakan aspek penting yang menentukan sejauh mana pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dibedakan menjadi beberapa jenis, yang menentukan beban pembuktian dan luasnya kewajiban pelaku usaha. Menurut Kristiyanti, jenis-jenis prinsip tanggung jawab ini meliputi: Pertama, Prinsip Kesalahan, di mana pelaku usaha hanya dapat dimintai pertanggungjawaban jika terbukti melakukan kesalahan, baik secara sengaja maupun karena kelalaian, yang secara langsung mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Beban pembuktian kesalahan ini biasanya ada pada pihak konsumen.³⁹

³⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), 85.

Kedua, Prinsip Praduga Selalu Bertanggung Jawab (*Presumption of Liability*), di mana prinsip ini mengasumsikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi, kecuali jika pelaku usaha dapat membuktikan sebaliknya, artinya beban pembuktian ada pada pelaku usaha untuk membantah tuduhan. Ketiga, Prinsip Praduga Selalu Tidak Bertanggung Jawab (*Presumption of Non-Liability*), di mana pelaku usaha dianggap tidak bertanggung jawab atas kerugian konsumen, kecuali jika konsumen dapat membuktikan adanya kesalahan atau kelalaian dari pihak pelaku usaha. Prinsip ini jarang diterapkan dalam hukum perlindungan konsumen modern karena memberatkan konsumen. Keempat, Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*), merupakan prinsip yang paling progresif, di mana pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen tanpa perlu pembuktian kesalahan. Prinsip ini biasanya diterapkan pada produk atau jasa yang berisiko tinggi terhadap keselamatan konsumen, seperti produk farmasi atau makanan, untuk memberikan perlindungan maksimal. Terakhir, Kelima, Prinsip Pembatasan Tanggung Jawab (*Limitation of Liability*). Prinsip ini memungkinkan pelaku usaha membatasi tanggung jawabnya dalam kondisi tertentu, misalnya melalui perjanjian yang disepakati oleh para pihak atau regulasi yang mengatur sejauh mana kompensasi atau ganti rugi yang dapat diberikan kepada konsumen. Namun, dalam konteks perlindungan konsumen, pembatasan tanggung jawab ini seringkali dibatasi oleh undang-undang untuk mencegah pelaku usaha menyalahgunakan posisi dominannya. Pemahaman terhadap berbagai prinsip tanggung jawab ini sangat krusial dalam menganalisis kasus-kasus pengembalian dana di e-commerce, karena menentukan siapa yang harus menanggung kerugian dan bagaimana mekanisme pembuktian bekerja.

3. E-commerce

Fenomena E-commerce (Electronic Commerce) merupakan manifestasi nyata dari revolusi teknologi informasi yang telah mengubah lanskap perdagangan global secara fundamental. Pada intinya, e-commerce mengacu pada keseluruhan aktivitas bisnis yang melibatkan interaksi antara konsumen, produsen, penyedia layanan, dan perantara perdagangan, yang seluruhnya

dilakukan dengan memanfaatkan jaringan komputer, khususnya internet, sebagai media utama. Transaksi yang terjadi dalam kerangka e-commerce pada dasarnya merupakan bentuk perjanjian atau hubungan hukum yang direalisasikan melalui sistem elektronik, di mana komunikasi, penawaran, penerimaan, hingga pembayaran berlangsung secara digital. Transformasi ini tidak hanya mempercepat proses bisnis, tetapi juga melahirkan model interaksi baru yang melampaui batas-batas geografis dan waktu, sehingga memungkinkan terjadinya aktivitas ekonomi kapan saja dan dari mana saja.⁴⁰

Setiap transaksi e-commerce melahirkan hubungan hukum antara dua pihak atau lebih (disebut sebagai subjek hukum), yang secara inheren menimbulkan konsekuensi berupa hak dan kewajiban yang diatur oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Secara definitif, hak adalah kewenangan atau wewenang yang secara sah dimiliki oleh seseorang atau entitas hukum atas suatu objek tertentu dalam hubungan hukum tersebut, memberikan kemampuan untuk menuntut atau mengklaim sesuatu. Sebaliknya, kewajiban adalah suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh seseorang atau entitas hukum untuk memperoleh, mempertahankan, atau tidak melanggar hak pihak lain. Sementara itu, objek hukum merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai ekonomi dan manfaat bagi subjek hukum, serta dapat menjadi dasar dalam suatu hubungan hukum, seperti barang, jasa, atau informasi digital. Pemahaman tentang ketiga elemen dasar hubungan hukum ini sangat krusial dalam menganalisis setiap sengketa yang timbul dalam transaksi e-commerce, termasuk isu pengembalian dana, karena hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha terbingkai dalam kerangka ini.⁴¹

Definisi e-commerce telah berkembang seiring dengan evolusi teknologi dan praktik bisnis. Secara umum, e-commerce dapat dipahami sebagai keseluruhan kegiatan bisnis yang melibatkan transfer kepemilikan atau penggunaan barang dan jasa, yang difasilitasi oleh teknologi elektronik,

⁴⁰ Robert Kalakota dan Andrew B. Whinston, *Frontiers of Electronic Commerce* (Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Co., 1997), 3.

⁴¹ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cet. 12 (Jakarta: Intermasa, 2005), 1.

khususnya internet. Purbo dan Wahyudi mendefinisikan e-commerce sebagai teknologi, proses, dan praktik yang memungkinkan transaksi bisnis berlangsung tanpa menggunakan dokumen fisik sebagai alat transaksi, dengan proses yang dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti penggunaan email atau platform berbasis internet seperti World Wide Web (WWW). Pandangan ini menekankan aspek paperless dan digitalisasi proses bisnis sebagai ciri utama dari e-commerce, yang membedakannya dari perdagangan konvensional yang lebih mengandalkan dokumen fisik.⁴²

E-commerce dalam perspektif yang lebih luas juga seringkali diartikan sebagai setiap aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui pertukaran informasi yang diberikan, diterima, atau disimpan menggunakan jasa elektronik, optik, atau alat serupa lainnya. Ini mencakup berbagai bentuk komunikasi elektronik yang memfasilitasi perdagangan, menunjukkan adaptasi hukum terhadap perkembangan teknologi yang dinamis. Beberapa ahli hukum dalam negeri juga mengadopsi pandangan serupa, yang menekankan penggunaan sarana elektronik sebagai ciri pembeda utama transaksi e-commerce dari perdagangan tradisional, sehingga setiap komunikasi yang terjadi secara digital dapat menjadi dasar terbentuknya perjanjian.⁴³

Beberapa akademisi dalam negeri juga memberikan perspektif holistik mengenai e-commerce yang melampaui sekadar transaksi jual beli. Mereka mendefinisikan e-commerce sebagai transaksi komersial antara penjual dan pembeli atau pihak lain dalam hubungan kontrak yang dilakukan melalui media elektronik atau digital, tanpa perlu pertemuan fisik, dan dapat berlangsung lintas batas negara. Definisi ini secara spesifik menyoroti aspek non-fisik dan transnasional dari e-commerce, yang menjadi karakteristik penting dalam era globalisasi dan menciptakan tantangan baru dalam isu yurisdiksi serta

⁴² Onno W. Purbo dan A. A. Wahyudi, *Mengenal E-Commerce* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), 15.

⁴³ H.M.N. Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 2 (Jakarta: Djambatan, 1982), 120.

penegakan hukum, terutama dalam penyelesaian sengketa konsumen lintas negara.⁴⁴

Kalakota dan Whinston, yang pandangannya banyak diadopsi dalam literatur e-commerce di Indonesia, memberikan uraian komprehensif melalui beberapa aspek multidimensional. Pertama, mereka melihat e-commerce sebagai sarana komunikasi, yaitu aktivitas pengiriman informasi, produk, layanan, atau pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan komputer, atau perangkat elektronik lainnya, menekankan perannya sebagai media interaksi. Kedua, e-commerce dipandang sebagai proses bisnis, yaitu penerapan teknologi dalam transaksi bisnis atau alur kerja perusahaan secara keseluruhan, yang memungkinkan otomatisasi dan efisiensi operasional.

Ketiga, e-commerce juga diidentifikasi sebagai alat efisiensi, yang secara signifikan memungkinkan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk mengurangi biaya operasional dan pelayanan, seperti biaya pemasaran, distribusi, atau layanan pelanggan, melalui otomatisasi dan jangkauan pasar yang lebih luas. Keempat, e-commerce berfungsi sebagai sarana perdagangan digital, yang secara spesifik memfasilitasi proses jual beli produk dan informasi melalui internet serta layanan daring lainnya, menjadikannya platform utama untuk pertukaran nilai ekonomi di dunia maya. Perspektif multi-aspek ini memberikan gambaran yang lebih utuh tentang bagaimana e-commerce tidak hanya sekadar alat, tetapi juga ekosistem yang terintegrasi dalam berbagai fungsi bisnis modern.

Pentingnya pembahasan mengenai e-commerce dalam konteks hukum perlindungan konsumen sangatlah mendasar. Setiap transaksi jual beli yang terjadi di platform e-commerce seperti Shopee merupakan bentuk perjanjian yang diatur oleh prinsip-prinsip hukum perdata. Namun, karakteristik unik e-commerce, seperti minimnya interaksi fisik, potensi jarak geografis yang jauh antara para pihak, serta ketergantungan pada sistem elektronik, seringkali

⁴⁴ Ain, N., Safitri, D. N., & Hendra, J. (2024). Pemasaran Digital dan E-Commerce di Era Globalisasi: Tren, Inovasi, dan Dampaknya pada Bisnis Global. *Journal of Education Transportation and Business*, 1(2), 753-763.

menciptakan kerentanan baru bagi konsumen. Ini menuntut adanya perlindungan hukum yang adaptif dan spesifik untuk mengatasi risiko-risiko yang mungkin tidak ada atau kurang relevan dalam perdagangan konvensional, seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, atau kesulitan dalam proses pengembalian dana.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir sebagai payung hukum yang esensial untuk menjawab tantangan tersebut. Meskipun UUPK diterbitkan sebelum e-commerce masif seperti sekarang, prinsip-prinsip dasarnya mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha tetap relevan untuk diterapkan dalam transaksi daring. UUPK menjamin hak-hak fundamental konsumen, seperti hak atas informasi yang benar dan jelas, hak atas keamanan dan kenyamanan, serta hak untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian, yang semuanya sangat penting dalam transaksi e-commerce. Oleh karena itu, setiap kebijakan yang ditetapkan oleh platform e-commerce, termasuk kebijakan pengembalian dana, harus diuji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip UUPK, untuk memastikan bahwa hak konsumen tidak tereduksi oleh ketentuan internal platform yang mungkin merugikan atau tidak adil.⁴⁵

Pembahasan mengenai e-commerce ini menjadi landasan teoritis yang krusial dalam menganalisis permasalahan perlindungan hukum konsumen terkait pengembalian dana dalam lingkungan digital. Pemahaman mendalam tentang definisi, karakteristik, dan elemen-elemen hubungan hukum dalam e-commerce memungkinkan identifikasi celah dan tantangan dalam implementasi UUPK. Analisis terhadap praktik pengembalian dana di platform seperti Shopee akan melibatkan evaluasi apakah mekanisme yang disediakan sudah sejalan dengan hak-hak konsumen yang dijamin oleh UUPK, serta bagaimana efektivitas regulasi yang ada dalam memberikan kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen dalam era perdagangan digital yang terus berkembang ini. Hal

⁴⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 20.

ini akan menjadi penentu apakah ekosistem e-commerce benar-benar mampu menjamin hak-hak dasar konsumen.

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Acep Rohendi dalam karyanya yang berjudul “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional*” bertujuan untuk mengkaji perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Dalam penelitian tersebut, Rohendi menyoroti dua undang-undang utama yang berperan dalam perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)⁴⁶

Penelitian Rohendi menyimpulkan bahwa regulasi yang ada telah memberikan perlindungan hukum yang cukup bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, terutama dalam aspek penggunaan data pribadi, sahnya suatu transaksi elektronik, peran *Certification Authority* (CA), klausula baku, serta larangan-larangan bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang serta jasa. Namun, penelitian tersebut juga mencatat kelemahan UUPK, yaitu keterbatasannya dalam menjangkau pelaku usaha yang berkedudukan di luar Indonesia, yang sebagian telah ditutupi oleh UU ITE dan ketentuan internasional seperti *UNCITRAL Model Law*, meskipun ketentuan internasional tersebut belum sepenuhnya lengkap.

Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Acep Rohendi dalam membahas perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, terdapat perbedaan signifikan dalam fokus kajian. Penelitian ini secara khusus menyoroti perlindungan hukum konsumen terhadap mekanisme pengembalian dana dalam transaksi *e-commerce* berdasarkan Pasal 4-7 UUPK, yang belum menjadi fokus utama dalam penelitian Rohendi. Oleh karena itu, penelitian ini

⁴⁶ Rohendi, A. (2015). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional. *Ecodemica*, , 474

bertujuan untuk memperdalam aspek spesifik dari perlindungan konsumen, khususnya dalam hal hak konsumen untuk mendapatkan pengembalian dana sebagai bentuk perlindungan hukum yang dijamin dalam regulasi yang berlaku.

Penelitian yang dilakukan oleh I Putu Erick Sanjaya Putra, I Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Sukaryati Karma dalam karya mereka yang berjudul “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce*” bertujuan untuk mengkaji regulasi hukum terkait jual beli barang dalam e-commerce serta perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi online. Metode penelitian yang digunakan bersifat normatif dengan pendekatan perundang-undangan, meneliti ketidakjelasan regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dalam jual beli online, serta menganalisisnya dengan interpretasi dan argumentasi hukum secara sistematis⁴⁷

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa regulasi mengenai transaksi jual beli online telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 28 ayat 1 UU ITE mengatur tentang kerugian konsumen dalam *e-commerce*, sedangkan Pasal 19 UUPK menegaskan tanggung jawab ganti rugi bagi pelaku usaha.

Penelitian ini memiliki perbedaan fokus dengan penelitian tersebut meskipun terdapat kesamaan dalam membahas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce*, Jika penelitian I Putu Erick Sanjaya Putra dan koleganya membahas perlindungan konsumen secara umum dalam jual beli e-commerce, penelitian ini secara spesifik berfokus pada perlindungan hukum konsumen terhadap mekanisme pengembalian dana dalam transaksi e-commerce dengan tinjauan berdasarkan Pasal 4-7 UUPK. Selain itu, penelitian ini tidak hanya menganalisis regulasi yang ada, tetapi juga mengevaluasi implementasi perlindungan hukum terhadap hak konsumen dalam memperoleh pengembalian dana saat mengalami kerugian akibat transaksi *e-commerce*.

⁴⁷ Putra, I. P., Budiarta, I. N., & Karma, N. M. (2019). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce. *Jurnal Analogi Hukum*, 239.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki ruang lingkup yang lebih spesifik dibandingkan dengan penelitian terdahulu, terutama dalam hal perlindungan hukum konsumen terhadap mekanisme pengembalian dana dalam transaksi e-commerce. Dengan menitikberatkan analisis pada Pasal 4-7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengkaji hak-hak konsumen terkait pengembalian dana yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian sebelumnya.

Penelitian ini memiliki kesamaan mendasar dengan karya Acep Rohendi dalam hal membahas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce berdasarkan kerangka hukum nasional, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 juncto Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Baik Rohendi maupun penelitian ini sama-sama menyoroti pentingnya regulasi dalam memberikan jaminan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik, termasuk dalam hal keabsahan transaksi, keamanan data pribadi, dan perlindungan dari praktik curang oleh pelaku usaha.

Terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam ruang lingkup kajiannya. Bila Rohendi lebih memfokuskan pada aspek umum dari perlindungan konsumen dalam e-commerce, seperti validitas transaksi, klausula baku, dan cakupan yuridiksi terhadap pelaku usaha luar negeri, penelitian ini secara spesifik menitikberatkan pada mekanisme pengembalian dana (refund) sebagai bentuk implementasi nyata dari perlindungan hukum konsumen. Penelitian ini mengkaji secara mendalam ketentuan Pasal 4 sampai Pasal 7 UUPK, yang menyatakan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan kepastian hukum, serta tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen, khususnya dalam konteks permintaan refund akibat produk yang rusak, tidak sesuai, atau gagal dikirim.

Penelitian yang dilakukan oleh I Putu Erick Sanjaya Putra dan rekan-rekannya juga memiliki titik temu dengan penelitian ini dalam hal membahas regulasi hukum transaksi jual beli melalui e-commerce. Mereka menggunakan pendekatan normatif untuk menelaah peraturan yang berlaku, termasuk tanggung

jawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi. Namun, fokus kajian mereka masih bersifat umum, menyentuh berbagai bentuk kerugian konsumen dalam jual beli online, tanpa menyoroti secara khusus mekanisme atau problematika pengembalian dana.

Perbedaan utama dengan penelitian I Putu Erick Sanjaya Putra dkk. adalah bahwa penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek normatif dari perlindungan hukum, tetapi juga menelusuri implementasinya di lapangan, seperti melalui laporan-laporan pengaduan yang masuk ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Data empiris menunjukkan bahwa aduan konsumen dalam beberapa tahun terakhir lebih banyak berkaitan dengan kesulitan dalam proses pengembalian dana, bukan hanya penipuan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun norma hukum telah tersedia, masih terdapat kesenjangan dalam pelaksanaannya yang perlu dievaluasi lebih lanjut.

Isu pengembalian dana sebagai fokus utama dalam penelitian ini, dengan mengisi celah yang belum dikaji secara detail oleh penelitian-penelitian terdahulu. Dalam konteks ini, penelitian ini menjadi lebih tajam dan relevan secara praktis karena memberikan kontribusi langsung terhadap kebutuhan perlindungan hukum konsumen yang semakin kompleks di era digital. Masalah refund yang melibatkan berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, hingga Tiktokshop, menunjukkan urgensi penguatan implementasi norma hukum yang ada agar tidak hanya bersifat deklaratif, tetapi juga operasional dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Persamaan dari seluruh penelitian tersebut terletak pada tujuan akhirnya, yaitu memastikan hak-hak konsumen terlindungi secara memadai dalam ekosistem perdagangan elektronik. Namun, dengan memfokuskan pada mekanisme refund, penelitian ini mengambil posisi yang lebih aplikatif dan problem-solution oriented, mengingat refund adalah salah satu bentuk konkret dari realisasi tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen.

Penelitian ini juga memperluas cakupan pembahasan dengan menilai peran BPKN dan BPSK sebagai lembaga yang menerima dan memfasilitasi penyelesaian

sengketa konsumen. Data dari BPKN menunjukkan bahwa laporan terkait refund mencakup porsi besar dari keseluruhan aduan konsumen dalam e-commerce. BPSK di beberapa daerah pun mencatat kecenderungan serupa, dengan mayoritas sengketa konsumen yang diajukan berkaitan dengan pengembalian dana yang tidak kunjung terealisasi meski telah diajukan sesuai prosedur. Fakta ini menegaskan bahwa ketentuan UUPK belum sepenuhnya menjamin efektivitas perlindungan konsumen dalam praktik.

Penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi teoretis melalui penguatan pemahaman hukum perlindungan konsumen, tetapi juga urgensi praktis untuk mendorong perbaikan kebijakan serta tata kelola transaksi digital. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih adil dan transparan bagi seluruh pihak. Sehingga, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan konsumen itu sendiri. Oleh karena itu, secara akademik maupun praktis, penelitian ini melengkapi dan memperdalam wacana yang telah dikembangkan oleh Rohendi maupun Putra dkk., serta menawarkan kontribusi orisinal dalam mengadvokasi keadilan bagi konsumen di era e-commerce.

Berdasarkan kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki nilai orisinalitas yang tinggi karena belum ada penelitian yang secara khusus menyoroti aspek pengembalian dana dalam transaksi e-commerce dengan perspektif hukum perlindungan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta rekomendasi yang bermanfaat bagi pengembangan regulasi dan kebijakan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Dengan demikian, tesis ini berupaya mengisi kekosongan penelitian sebelumnya dan menjadi pijakan penting untuk perbaikan regulasi di masa mendatang.