

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menghasilkan transformasi besar dalam aktivitas perdagangan berbagai negara tak terkecuali Indonesia. Perdagangan digital mulai menjadi lebih cepat, efektif, dan fleksibel daripada bergantung sepenuhnya pada metode jual beli konvensional. Kemunculan *e-commerce* sebagai alat utama dalam aktivitas jual beli masa kini merupakan salah satu manifestasi nyata dari transformasi ini. Munculnya platform *e-commerce* seperti Lazada dan Shopee, yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian tanpa dibatasi oleh waktu dan lokasi tertentu dengan bantuan perangkat digital, *e-commerce* memberi bisnis lebih banyak ruang untuk masuk ke pasar, dan konsumen menikmati kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi.

Perdagangan yang memanfaatkan teknologi modern melalui *e-commerce* telah menggeser pola perdagangan tradisional dari hubungan langsung menjadi hubungan transaksi tidak langsung. Perdagangan elektronik telah membawa perubahan mendasar terhadap paradigma bisnis konvensional dengan menghadirkan pola interaksi baru antara *seller* dan pembeli dalam ruang digital. Sistem perdagangan yang digunakan dalam *e-commerce* dibuat untuk memudahkan tercapainya kesepakatan dengan menggunakan cara elektronik.

Akan tetapi, transaksi daring menghadapi masalah yang tidak

seimbang di balik kemudahan *e-commerce*. Berdasarkan ketentuan dalam PP Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut sebagai PP PMSE), ruang lingkup PMSE meliputi seluruh pihak yang menyelenggarakan layanan dan/atau sarana elektronik yang memfasilitasi terjadinya transaksi dalam kegiatan usaha daring. Pelaku Usaha tersebut mengadakan layanannya melalui penyediaan sistem aplikasi sebagai media komunikasi elektronik yang berfungsi untuk menyediakan aktivitas perdagangan atau penyelesaian transaksi PMSE, termasuk bentuk dan model bisnis dalam pengadaan PMSE.

Pihak yang secara aktif menyediakan barang dan jasa kepada konsumen melalui sistem yang disediakan oleh platform seperti Lazada atau Shopee (*e-commerce*) dapat disebut sebagai pelaku usaha. Pada praktiknya pelaku usaha kerap berada pada kondisi yang tidak memiliki posisi tawar yang sama dengan penyelenggara platform. Mereka harus patuh terhadap berbagai perjanjian sepihak yang ditetapkan oleh perusahaan *e-commerce*, termasuk kebijakan tentang pengembalian barang. Semua pelaku usaha yang ingin bergabung wajib menyetujui perjanjian yang berbentuk *terms and conditions* pada saat pendaftaran. Perjanjian ini berbentuk kontrak baku yang dibuat oleh *e-commerce*. Perjanjian sepihak berbentuk kontrak baku ini mengakibatkan ketidakseimbangan kedudukan hukum antara *e-commerce* dengan pelaku usaha di mana *e-commerce* dapat merubah aturan atau kebijakan secara

sepihak. Dikarenakan seluruh transaksi dilakukan dalam ruang lingkup digital yang sepenuhnya dikendalikan oleh penyedia platform, pelaku usaha tidak dapat menetapkan aturan main sendiri. Kesalahan ini menyebabkan kerentanan hukum, di mana pelaku usaha kehilangan otonomi atas usaha mereka sendiri dan juga berisiko menanggung kerugian tanpa perlindungan hukum yang memadai ketika terjadi masalah dalam transaksi dengan konsumen.

Salah satu isu yang krusial adalah perjanjian sepihak pengembalian barang oleh konsumen dengan alasan "berubah pikiran". Lazada dan Shopee, misalnya, sejak 2024 Shopee memberikan hak kepada konsumen untuk mengembalikan barang dengan alasan berubah pikiran sedangkan Lazada mengambil kebijakan ini sejak 2025. Kebijakan seperti ini secara sepintas terlihat menguntungkan konsumen, namun dalam praktiknya seringkali merugikan pelaku usaha. Pengembalian barang dapat menyebabkan kerugian finansial karena kerusakan barang serta kehilangan nilai jual atas produk yang sudah terbuka atau tidak lagi layak dijual.

Kebijakan pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran merupakan kebijakan baru yang dimiliki oleh Lazada dan Shopee di mana e-commerce tersebut menyediakan pilihan pengembalian barang karena berubah pikiran. Kedua e-commerce tersebut tidak memberikan batasan definisi apa saja yang dapat diklasifikasikan sebagai berubah pikiran. Maka dari itu hal sekecil apapun dapat menjadi alasan konsumen untuk mengembalikan barang menggunakan fitur tersebut. Teknisnya pelaku

usaha tidak memiliki kekuasaan untuk menolak pengajuan pengembalian barang yang diajukan oleh konsumen sehingga *e-commerce* lah yang meng-eksekusi pengajuan tersebut. Pelaku usaha yang dirugikan dari hasil pengajuan pengembalian barang difasilitasi dengan fitur banding.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut sebagai UUPK), khususnya Pasal 6, pelaku usaha berhak mendapat perlindungan hukum terhadap tindakan tidak beritikad baik yang dilakukan oleh konsumen. Namun kenyataannya, hak tersebut tidak dapat dijalankan secara efektif ketika penyelenggara sistem menetapkan kebijakan pengembalian barang yang lebih berpihak kepada konsumen tanpa mempertimbangkan dampak terhadap pelaku usaha karena walaupun difasilitasi dengan banding, tidak jarang pihak penyelenggara pada akhirnya memenangkan konsumen padahal bukti yang diberikan oleh pelaku usaha sudah sangat jelas.

Sebagai contoh, penulis memberikan 2 kasus nyata yang terjadi bersumber dari *website* www.mediakonsumen.com sebagai berikut: Kasus pertama berasal dari seorang pelaku usaha di Shopee menyampaikan keluhan pada *website* media konsumen terkait dengan fitur bebas pengembalian dengan alasan berubah pikiran untuk produk elektronik yaitu vacuum cleaner. Transaksi penjualan produk yang dipersoalkan terkait transaksi nomor 250419P3KS17X6 serta dilanjutkan nomor retur 2504210U4KMS6VC. Permasalahan bermula dari pembeli melakukan pengajuan pengembalian barang vacuum cleaner yang telah dikeluarkan dari kemasan dan digunakan,

pembeli tersebut menggunakan fitur pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran namun setelah diteliti barang tersebut sudah dibuka dan digunakan padahal dalam syarat dan ketentuan pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran tidak boleh dibuka dan digunakan.

Kemudian kasus kedua berasal dari pelaku usaha di Lazada selama 4,5 tahun. Pada 21 April 2025, konsumen dengan nomor pesanan 2617374906826398 melakukan pengajuan pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran. Pihak pelaku usaha menerima pengembalian barang konsumen pada tanggal 25 April 2025 dengan kondisi barang tersebut melewati SLA yang ditetapkan oleh Lazada sendiri. Namun, kondisi barang yang diterima pelaku usaha berbeda dengan yang dikirimkan pertama kali. Ketika pelaku usaha melaporkan ke Lazada, permohonan tersebut tidak dikabulkan karena perkara telah ditutup dan dana telah disalurkan kepada konsumen.

Ketika kebijakan pengembalian barang oleh konsumen dilihat dari sudut pandang regulasi yang berlaku, masalah yang dihadapi pelaku usaha menjadi semakin rumit. Peraturan yang ada di Indonesia saat ini dibuat untuk mengatur transaksi digital, tetapi belum memberikan perlindungan yang jelas dan seimbang bagi pelaku usaha, terutama dalam hal pengembalian barang dengan alasan yang tidak efektif seperti "berubah pikiran". Akibatnya, platform *e-commerce* dapat menetapkan perjanjian sepihak yang dapat menekan bisnis tanpa perlindungan hukum. Hal ini menyebabkan kekosongan normatif, di mana hukum saat ini belum menyelesaikan ketidakseimbangan kepentingan antara *seller*, platform, dan pembeli. Tanpa undang-undang yang adil yang

melindungi pelaku usaha, praktik-praktik yang merugikan ini berpotensi berlanjut dan melemahkan semangat kewirausahaan di dunia digital. Secara normatif belum terdapat regulasi yang secara spesifik mengatur batasan pengembalian barang dengan alasan non-defektif seperti "berubah pikiran", apalagi dalam konteks digital. PP PMSE tidak memberikan jaminan hukum atas perlindungan pelaku usaha dari kebijakan platform seperti pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran dan belum menyentuh praktik-praktik *e-commerce* secara spesifik.

Melihat ketimpangan antara kekuatan platform, perlindungan konsumen, serta kedudukan pelaku usaha di lingkup *e-commerce*, semakin jelas bahwa sistem hukum yang berlaku belum sepenuhnya responsif terhadap tantangan baru yang muncul dalam era perdagangan digital. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan sebagai upaya menelaah secara komprehensif bentuk perlindungan hukum yang seharusnya didapatkan pelaku usaha, khususnya terkait konteks kebijakan pengembalian barang yang merugikan. Selain itu, mengidentifikasi mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat digunakan oleh pelaku usaha jika terjadi kerugian akibat perjanjian sepihak dari platform *e-commerce* merupakan salah satu tujuan penelitian ini. Sehingga, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi landasan pemikiran serta rekomendasi mengenai pembentukan regulasi atau kebijakan yang menjamin terpenuhinya prinsip keadilan dan keseimbangan hak serta kewajiban pelaku usaha, konsumen, dan penyelenggara platform digital. Maka dari itu, kajian yang dilakukan dalam penelitian ini selanjutnya dirangkum dan

dituangkan ke dalam suatu skripsi yang secara khusus diberi judul **“Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Terhadap Perjanjian Sepihak Oleh *E-Commerce*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada konteks latar belakang diatas, penulis memutuskan untuk memilih sejumlah rumuan yang relevan dengan topik penelitian :

1. Bagaimana hubungan hukum antara para pihak dalam *transaksi e-commerce*?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran dalam transaksi *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sementara itu, tujuan dari penelitian ini mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk hubungan hukum antara para pihak dalam transaksi *e-commerce*
2. Untuk menganalisis perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran dalam transaksi *e-commerce*

1.4 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diantisipasi dapat memberikan kontribusi dalam memahami serta mengidentifikasi bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap perjanjian sepihak pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran selain itu terdapat manfaat dari

penelitian ini yakni:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penulis menginginkan agar penelitian ini mampu memberikan kontribusi sebagai bahan perkembangan wawasan keilmuan serta menjadi rujukan bagi kajian lanjutan bagi pihak-pihak yang memiliki ketertarikan untuk memahami permasalahan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis menginginkan agar penelitian ini mampu memberikan pemahaman kepada para pihak berkepentingan mengenai perlindungan hukum pelaku usaha.

1.5 Keaslian Penelitian

Tabel 1. Keaslian Penelitian

No.	Judul Penelitian Terdahulu	Rumusan Masalah Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Terdahulu	Perbedaan
1.	Millenia Afifah Auliya (2022) “Pola Perjanjian Aplikasi Shopee dalam Jual-Beli Elektronik”.	<p>a. Bagaimana perjanjian antara konsumen dan pihak shopee dalam penggunaan uang elektronik?</p> <p>b. Bagaimana perjanjian pengguna shopee dengan pihak shopee tidak sesuai dalam jual-beli elektronik?</p>	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa klausula baku yang ditetapkan oleh Shopee digunakan untuk mengikat para pihak melalui perjanjian baku digital sebagai bentuk perjanjian elektronik. Oleh karena itu, penyelesaian perjanjian seharusnya dilakukan dengan	Penelitian ini berfokus pada bentuk perjanjian digital yang dilakukan oleh Shopee dengan konsumen, sedangkan penelitian penulis memiliki fokus pada perlindungan hukum kepada pelaku usaha atas perjanjian sepihak yang dilakukan oleh Shopee dan Lazada.

			pertanggungjawaban terhadap penjual yang belum menerima hasil jualannya.	
2.	Rizki Ihdan Maulana dan Teddy Prima Anggriawan (2025) “Implikasi kalusula baku terhadap perlindungan konsumen dalam pengembalian barang”	<p>a. Bagaimana implikasi penerapan klausula baku terhadap perlindungan konsumen dalam hal pengembalian barang pada transaksi e-commerce?</p> <p>b. Apa saja kendala dan upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen terkait pengembalian barang dalam transaksi e-commerce?</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan klausula baku dalam transaksi jual beli pada praktiknya sering menimbulkan ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen dikarenakan kalusula baku disusun secarasepihak oleh pihak e-commerce dan upaya perlindungan konsumen mengalami beberapa kendala seperti rendahnya tingkat pemahaman konsumen terhadap hak-haknya, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha, serta belum optimalnya penegakan hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa.	Penelitian ini berfokus pada perlindungan hukum konsumen sementara penelitian penulis mempertimbangkan dari sudut perlindungan hukum untuk pelaku usaha
3.	Raudhatul Jannah (2023). ”Tanggung Jawab Konsumen	a. Bagaimana tanggung jawab hukum jika terjadi pembatalan sepihak oleh konsumen ditinjau dari	Kesimpulan penelitian ini adalah perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh konsumen menimbulkan	Skripsi ini berfokus pada tanggung jawab yang seharusnya diberikan oleh konsumen yang melakukan

	<p>Terhadap Pembatalan Sepihak Pada Jual Beli <i>E-Commerce</i> Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Terhadap Jual Beli <i>E-Commerce</i> Di Kota Banda Aceh)”</p>	<p>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999??</p> <p>b. Bagaimana penyelesaian pertanggungjawaban konsumen terhadap pembatalan sepihak dalam jual beli <i>e-commerce</i> terhadap jual beli secara <i>e-commerce</i> di Kota Banda Aceh?</p>	<p>konsekuensi hukum berupa kewajiban untuk mengganti kerugian sebagai bentuk pertanggung jawaban. Pada praktik di Banda Aceh, sengketa pembatalan sepihak oleh konsumen dalam transaksi pada umumnya diselesaikan melalui mekanisme nonlitigasi dengan musyawarah. Namun demikian, terdapat sejumlah kasus yang tidak dapat diselesaikan karena kurangnya itikad baik dari pihak konsumen.</p>	<p>pembatalan sepihak. Terdapat perbedaan fokus antara skripsi ini dengan penelitian penulis, penulis berfokus pada tanggung jawab <i>e-commerce</i> dalam kebijakan pengembalian barang dan kelalaian pihak <i>e-commerce</i> dalam menyelesaikan sengketa sesuai dengan prosedur yang diberikan.</p>
--	---	--	---	--

1.6 Metode Penelitian

Penerapan metodologi penelitian harus didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah, karena penelitian berfungsi sebagai sarana untuk mendukung perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang penulis susun tergolong jenis penelitian yuridis normatif, yakni dengan cara menempatkan norma hukum positif sebagai objek kajian utama, menurut E. Saefullah Wiradipradja.¹ Penelitian normatif, hukum tidak dimaknai sebagai gagasan ideal yang bersifat abstrak semata, melainkan dipahami sebagai suatu sistem yang telah tersusun secara sistematis dan terdokumentasi dalam bentuk asas, norma, serta kelembagaan hukum yang berlaku. Oleh karena itu, penelitian ini disebut juga sebagai penelitian hukum dogmatik yang berorientasi pada pengkajian dan pengembangan hukum. Maka dari itu, penerapan pendekatan yuridis normatif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kekosongan hukum dalam perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap perjanjian sepihak pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran di *e-commerce*.

1.6.2 Metode Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan dua jenis pendekatan yaitu

¹ E.Saefullah Wiradipradja, *Penuntun Praktis Metode Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum*, Keni Media, Bandung, 2015, hlm.5.

pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Pendekatan pertama dilakukan melalui penelaahan terhadap seluruh ketentuan hukum dan regulasi yang berkaitan erat dengan masalah hukum yang menjadi fokus penelitian. Melalui cara tersebut, peneliti menganalisis berbagai aturan yang memiliki relevansi dengan perlindungan hukum pelaku usaha dalam kebijakan *e-commerce* antara lain KUHPerdata, UUPK, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut sebagai UU ITE), dan PP PMSE.

Pendekatan konseptual dalam penelitian hukum bertumpu pada analisis terhadap pandangan, gagasan, dan doktrin para ahli hukum yang berkembang dalam ilmu hukum². Pendekatan konseptual dalam penelitian ini diterapkan dengan cara mengeksplorasi berbagai perspektif dan teori yang muncul di bidang ilmu hukum. Hal ini dilakukan untuk menyusun definisi, gagasan, dan prinsip-prinsip hukum yang terkait dengan masalah hukum yang sedang dianalisis. Berkaitan dengan ini penulis menggunakan pendekatan konseptual dengan mengkaji prinsip-prinsip hukum seperti hak dan kewajiban pelaku usaha, asas-asas hukum perjanjian, serta konsep perlindungan hukum dalam hubungan kontraktual.

1.6.3 Bahan Hukum

Bahan hukum yang penulis kaji dalam menyusun penelitian ini adalah:

² Peter Mahmud, *Penelitian Hukum Normatif*: Edisi Revisi, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2005, hlm. 93-95.

A. Bahan Hukum Primer

Sekumpulan materi hukum yang memuat kandungan keilmuan hukum dan mempunyai kekuatan hukum disebut sebagai bahan hukum primer. Bahan yang penulis gunakan untuk penelitian ini yakni:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
2. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;

B. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang memberikan penjelasan, interpretasi atau analisis terhadap bahan hukum primer sehingga membantu pemahaman dan penafsiran hukum yang berlaku seperti buku dan jurnal hukum disebut sebagai bahan hukum sekunder.

C. Bahan Non-Hukum

Bahan non hukum ialah seluruh bahan literatur yang tidak berkaitan dengan hukum namun tetap berkaitan dengan substansi penelitiannya yang sedang dibahas.³ Bahan non-hukum yang digunakan adalah kebijakan pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran yang berasal dari internet pada laman resmi Shopee dan Lazada

³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi, Cet. XII, Kencana, Jakarta, hlm. 149

1.6.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Prosedur pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan menggunakan studi kepustakaan yaitu dengan mengidentifikasi, menginventarisasi, serta mengklasifikasikan bahan hukum yang mendukung penulisan serta membaca dan mempelajari peraturan perundang-undangan dan peraturan terkait lainnya yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian.

1.6.5 Analisis Bahan Hukum

Penulis melakukan analisis dengan metode kualitatif, yaitu melalui proses penafsiran dan interpretasi terhadap bahan hukum yang telah diinventarisasi dan diolah. Metode ini memiliki tujuan untuk menafsirkan ketentuan hukum guna menilai apakah bahan hukum tersebut, terutama bahan hukum primer mengandung kekosongan hukum dalam perlindungan hukum pelaku usaha.

1.6.6 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini, penulis memberikan penjelasan yang lebih rinci dan terfokus mengenai sistematika penulisan penelitian ini, sehingga memudahkan pemahaman dan menghasilkan hasil yang baik dan sistematis. Penelitian dengan judul “**PERLINDUNGAN HUKUM PELAKU USAHA TERHADAP PERJANJIAN SEPIHAK OLEH *E-COMMERCE***” ini terbagi menjadi 4 (empat) bab, diantaranya:

Bab pertama berisikan pembahasan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan keaslian

penelitian, metode penelitian yang berisikan tentang jenis dan sifat penelitian, metode pendekatan penelitian, bahan hukum baik primer maupun sekunder, prosedur pengumpulan bahan hukum, bahan hukum, dan sistematika penulisan, tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab kedua berisikan pembahasan yang menjawab rumusan masalah pertama yakni hubungan hukum antara para pihak dalam transaksi *e-commerce*. Pada bab ini terdapat dua sub bab, sub bab pertama membahas tentang hubungan hukum para pihak yakni pihak konsumen, pelaku usaha, dan *e-commerce* dalam transaksi. Sub bab kedua membahas terkait bentuk perjanjian pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran di *e-commerce*.

Bab ketiga berisikan pembahasan yang menjawab rumusan masalah kedua yakni perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap pengembalian barang dengan alasan berubah pikiran dalam transaksi *e-commerce*. Pada bab ini akan membahas upaya hukum yang dapat ditempuh oleh pelaku usaha baik melalui litigasi maupun non-litigasi.

Bab keempat berisikan penutup yang terdiri dari kesimpulan dari penelitian yang penulis lakukan dan saran berdasarkan pembahasan yang dibahas pada penelitian ini.

1.6.7 Lokasi dan Jangka Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang ditetapkan sebagai sarana penginventarisasi data untuk mendapatkan hasil analisis atas isu

hukum penelitian. Penulis menetapkan Perpustakaan Pusat Bahasa UPN "Veteran" Jawa Timur sebagai lokasi penelitian dalam menyusun skripsi ini. Adapun jangka waktu yang diperlukan untuk penelitian kurang lebih 4 minggu.

1.6.8 Jadwal Penelitian

Tabel 2. Jadwal Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	Juni	Juli	Agustus	September
1.	Pengajuan judul proposal				
2.	Acc pengajuan judul oleh pembimbing				
3.	Penulisan Bab 1				
4.	Bimbingan Bab 1				
5.	Penulisan Bab 2				
6.	Bimbingan Bab 2				
7.	Penulisan Bab 3				
8.	Bimbingan Bab 3				
9.	Seminar Proposal				

1.6.9 Rincian Biaya Penelitian

Tabel 3. Rincian Biaya Penelitian

No.	Kebutuhan	Biaya
1.	Penyusunan Proposal Skripsi 1) Biaya cetak print 2) Fotocopy	Rp. 150.000,00
2.	Clip	Rp. 30.000,00

3.	Map plastik	Rp. 15.000,00
Jumlah		Rp. 195.000,00

1.7 Tinjauan Pustaka

1.7.1 Tinjauan Umum Perlindungan Hukum

1.7.1.1 Definisi Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum dapat dipahami sebagai suatu tindakan bersifat memberikan perlindungan kepada si penderita yang haknya dirampas atau dirugikan⁴. Philipus M. Hadjon, berpendapat bahwa perlindungan hukum bagi masyarakat pada hakikatnya merupakan upaya yang dilakukan pemerintah yang diwujudkan melalui dua bentuk yaitu perlindungan bersifat represif yang ditujukan untuk menanggulangi sengketa yang telah terjadi, termasuk melalui mekanisme penyelesaiannya di lembaga peradilan dan perlindungan hukum preventif yang berguna sebagai langkah pencegahan terjadinya sengketa antara lain dengan menuntut pemerintah agar bersikap cermat dan berhati-hati dalam menjalankan kewenangannya saat mengambil keputusan.⁵

Setiono beranggapan bahwasanya perlindungan hukum ialah langkah dan usaha yang dilakukan untuk mencegah penguasa melakukan penyalahgunaan kewenangan dengan tujuan mewujudkan ketertiban rasa aman, sehingga setiap orang dapat

⁴ Yudhi Setiawan, dkk, *Hukum Administrasi Pemerintahan*, 2017, hlm. 209.

⁵ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 53-69.

merasakan serta mempertahankan martabatnya sebagai manusia.⁶

Satjipto Rahardjo berpendapat bahwasanya perlindungan hukum pada dasarnya merupakan bentuk pengayoman yang diberikan kepada masyarakat terhadap pelanggaran HAM yang dilakukan oleh pihak lain. Perlindungan tersebut bertujuan agar setiap individu dapat menikmati dan memperoleh hak-haknya secara penuh sebagaimana telah dijamin oleh hukum⁷.

1.7.1.2 Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum yang ditujukan kepada subyek hukum mencerminkan peran serta fungsi hukum itu sendiri yang pada dasarnya berguna untuk menciptakan ketertiban, keadilan, kemanfaatan, kepastian hukum, dan terciptanya kedamaian masyarakat⁸. Philipus M. Hadjon mengategorikan dua perlindungan hukum antara lain:

- a. Perlindungan hukum preventif adalah upaya pencegahan pelanggaran hukum dengan memberikan peraturan, batasan, dan anjuran sebelum pelanggaran terjadi. Upaya ini dapat dilakukan melalui peningkatan kesadaran moral dan mental masyarakat sehingga meminimalisir perbuatan melanggar hukum serta dengan cara mengantisipasi atau mengurangi

⁶ Setiono, *Rule of Law (Supremasi Hukum)*, Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2004, hlm. 3

⁷ Satjipto Rahardjo, *Op.cit*, hlm.69.

⁸ Nafa Sofiyana Reza, *Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Online Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) di PT. Shopee Indonesia*. hlm. 34.

faktor-faktor yang berpotensi menimbulkan terjadinya tindak kejahatan.

Oleh karena itu, subyek hukum diberi ruang untuk mengemukakan keberatan atau pandangan sebagai bentuk partisipasi sebelum pemerintah menetapkan suatu keputusan secara resmi. Mekanisme ini memiliki tujuan sebagai pencegahan munculnya konflik hukum. Perlindungan seperti ini sangat penting, terutama dalam tindakan pemerintahan untuk lebih berhati-hati dalam memutuskan suatu hal.

- b. Perlindungan hukum represif diberikan melalui penegakan hukum terhadap pelaku setelah terjadinya tindak kejahatan.⁹ Upaya ini memiliki tujuan demi menyelesaikan sengketa serta memberikan kepastian hukum melalui mekanisme yang tersedia.

1.7.2 Tinjauan Umum Perjanjian

1.7.2.1 Definisi Perjanjian

Berdasarkan Kitab Undang-Undang Perdata (selanjutnya disebut sebagai KUHPerdata) Pasal 1313 mengartikan "perjanjian adalah suatu perbuatan hukum di mana satu pihak atau lebih mengikatkan diri terhadap satu pihak lain atau lebih".. Dengan demikian perjanjian dipandang sebagai suatu perbuatan

⁹ Yudhi Setiawan, dkk, *Op.cit*, hlm. 209-210.

(tindakan manusia) yang meskipun tidak secara eksplisit didefinisikan sebagai "perbuatan hukum", namun karena perbuatan tersebut menimbulkan akibat hukum, maka lahirlah hubungan hukum (hak dan kewajiban) diantara para pihak yang membuatnya.

Oleh karena itu, perjanjian diakui sebagai salah satu asal muasal terbentuknya perikatan sesuai dengan Pasal 1233 KUHPerdara. Hubungan hukum di bidang harta kekayaan yang melibatkan dua pihak didefinisikan sebagai perjanjian oleh R. Wirjono Prodjodikoro. Di dalamnya, terdapat pihak yang berkomitmen untuk bertindak atau tidak bertindak, sementara hak untuk menuntut realisasi atas komitmen tersebut berada pada pihak lawan.¹⁰

1.7.2.2 Syarat Sah Perjanjian

Menurut hukum positif Indonesia perjanjian dinilai sah apabila syarat-syarat yang disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPerdara terpenuhi. Terdapat dua syarat sah perjanjian antara lain:

a. Subjektif

Sebagaimana diatur dalam hukum perjanjian, yang tergolong sebagai syarat subjektif adalah terpenuhinya aspek kesepakatan dan kecakapan. Dikatakan syarat

¹⁰ R. Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Jakarta : Sumur Bandung, 1960, Hlm. 9.

subjektif karena syarat ini berkaitan orang itu sendiri atau subyek hukum yang melakukan perjanjian. Kesepakatan para pihak atau sepakat yang mengikat mereka menandakan bahwa dalam mengadakan perjanjian tersebut seluruh pihak harus menyepakati keseluruhan yang menjadi isi perjanjian yang dibuat. Sehingga dikehendaki oleh semua pihak. Kemudian, kecakapan seseorang berdasarkan hukum dalam membuat perjanjian tersebut. Pada hakikatnya setiap individu yang telah dewasa dan berakal sehat termasuk orang yang cakap menurut hukum. Lebih lanjut hal-hal yang menyangkut syarat kecakapan diatur dalam pasal 1329-1331 KUHPerdara. Ketidakterpenuhinya syarat tersebut menimbulkan konsekuensi yuridis berupa dapat dibatalkan.

b. Objektif

Syarat objektif dalam suatu perjanjian menitikberatkan pada substansi atau objek dari tindakan hukum itu sendiri, yang mencakup terpenuhinya kriteria 'suatu hal tertentu' serta adanya 'sebab yang halal'. Suatu hal tertentu merujuk pada objek yang menjadi pokok perjanjian di mana objek tersebut setidaknya harus dapat ditentukan jenisnya. Selanjutnya, yang dikehendaki sebagai sebab yang halal adalah bahwa isi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan yang

berlaku pun dengan norma ketertiban dan kesusilaan. Ketidakterpenuhinya syarat objektif tersebut mengakibatkan perjanjian secara otomatis menjadi batal demi hukum.

Sejatinya perjanjian akan dinilai sah apabila telah memenuhi keempat persyaratan tersebut. Praktikanya kesepakatan dapat dibuktikan dengan berbagai cara salah satunya melalui tanda tangan konvensional diatas kertas. Namun, dalam transaksi elektronik, tanda tangan konvensional dapat digantikan dengan tanda tangan elektronik atau bentuk persetujuan lain. Apabila melihat perjanjian di *e-commerce* umumnya pada saat pendaftaran, perjanjian tersebut disetujui dengan memberi tanda centang pada persetujuan yang menandakan bahwa adanya persetujuan dari pengguna dan menunjukkan bahwa kesepakatan antara pihak *e-commerce* dengan pengguna telah terjadi. Oleh karena itu, perjanjian tertulis dengan tanda tangan maupun perjanjian elektronik yang telah disetujui kedua belah pihak secara digital memiliki kekuatan mengikat yang sama.

1.7.2.3 Asas-Asas Perjanjian

Mariam Darus Badruzaman menyebutkan asas-asas hukum perjanjian ada lima, yaitu¹¹:

- a. Asas Konsensualisme

¹¹ Mariam Darus Badruzaman, Perjanjian Baku (Standar) Perkembangannya di Indonesia (Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar di U.S.U. Medan). Alumni, Bandung, 1980, hlm. 7-10.

Asas ini menentukan bahwa perjanjian terjadi hanya dengan sepakat saja kemudian perjanjian tersebut terlahir pada saat terjadinya kesepakatan antar seluruh pihak.

b. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas yang menyatakan apabila setiap individu leluasa dalam mengatur objek perjanjian serta subjek hukum yang terikat di dalamnya selama berlandaskan kesusilaan, ketertiban umum, serta undang-undang

c. Asas Pacta Sunt Servanda

Asas ini menentukan setiap perjanjian yang dibentuk secara sah menurut hukum berlaku layaknya undang-undang.

d. Asas Kepribadian/Personalitas

Asas kepribadian merupakan asas essential dikarenakan dalam perjanjian setiap orang diperbolehkan memperjanjikan apa sehingga isi perjanjian hanya mengikat secara pribadi terhadap para pihak yang membuatnya.

e. Asas Itikad Baik

Asas ini menyatakan bahwa sejatinya pembuatan dan pelaksanaan perjanjian harus dilandasi dengan itikad baik.

Asas ini dilihat dari pelaksanaan perjanjian.

1.7.2.4 Perjanjian Sepihak

Perjanjian sepihak dapat dipahami sebagai perjanjian yang mewajibkan pelaksanaan prestasi oleh satu pihak semata. Perjanjian

sepihak tergolong dalam perjanjian obligatoir yaitu jenis perjanjian yang mewajibkan salah satu atau kedua pihak untuk melaksanakan prestasi. Ciri-ciri perjanjian sepihak adalah kewajiban hanya pada satu pihak, tidak ada pertukaran kewajiban atau timbal balik, serta dapat timbul dari pernyataan sepihak.

Perjanjian sepihak adalah perjanjian yang berisi ketentuan bahwa seseorang berjanji akan menanggung dan/atau menjamin akan memenuhi prestasi yang telah diperjanjikan oleh debitor dari suatu perikatan yang telah terjadi. Salah satu pihak bisa saja mengikatkan diri untuk menanggung atau menjamin kepada pihak kedua bahwa seorang pihak ketiga akan berbuat sesuatu.

1.7.2.5 Perjanjian Jual Beli

Berdasarkan sistem hukum positif Indonesia perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 hingga Pasal 1540 KUHPerduta. Definisi yang tertuang dalam Pasal 1457 KUHPerduta menjelaskan bahwa jual beli adalah bentuk perikatan yang mengharuskan adanya penyerahan objek kebendaan dari satu pihak yang kemudian diimbangi dengan kewajiban pembayaran harga oleh pihak lawannya sebagaimana telah disepakati bersama. Ketentuan tersebut mengungkapkan bahwa perjanjian jual beli menciptakan dua kewajiban yaitu penjual harus memberikan barang yang dijual kepada pembeli, sementara pembeli wajib membayar harga barang tersebut

kepada penjual.¹² Sehingga terdapat unsur-unsur yang terkandung yaitu adanya penjual dan pembeli sebagai subjek hukum, sepakat antara subyek hukum tersebut tentang barang dan harga, dan hak serta kewajiban yang timbul dari seluruh pihak.

1.7.3 Tinjauan Umum *E-Commerce*

1.7.3.1 Definisi *E-Commerce*

E-commerce ialah seluruh transaksi bisnis berbasis internet pada perangkat seluler. Meskipun istilah internet dan website kerap digunakan secara bergantian, keduanya sebenarnya berbeda. Internet dapat dipahami sebagai jaringan global yang memungkinkan keterhubungan antar computer di berbagai belahan dunia, sedangkan web merupakan layanan internet yang menyediakan akses ke miliaran halaman situs. Aplikasi (app) adalah perangkat lunak yang biasanya digunakan pada perangkat seluler seperti smartphome atau tablet, sementara *mobile browser* adalah peramban yang terpasang pada perangkat seluler untuk menjelajah internet. Secara formal, *e-commerce* ialah transaksi bisnis melalui perangkat digital baik antar-

¹² M.Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1968, hlm. 220.

individu maupun antar-organisasi, dan sering pula disebut dengan istilah *Digital Commerce*.¹³

1.7.3.2 Jenis-Jenis *E-Commerce*

Klasifikasi *e-commerce* dapat ditinjau dari model hubungan pasar dengan memperhatikan para pihak yang terdapat dalam transaksi elektronik sebagai berikut:

a) *Business-To-Consumer (B2C) E-commerce*

Jenis bisnis ini ialah bentuk paling umum dalam ranah perdagangan elektronik, yakni aktivitas jual beli dari perusahaan pada konsumen perorangan. Model ini mencakup penjualan barang ritel, layanan perjalanan, konten digital, dll. Contohnya seperti Bhineka.com dan beberapa Perusahaan seperti Nestle, Unilever, dan Wardah menyediakan *e-commerce* yang dapat diakses secara langsung oleh konsumen.

b) *Business-To-Business (B2B)*

Jenis bisnis ini berfokus pada transaksi penjualan antarperusahaan. Di Amerika Serikat, jenis transaksi ini menjadi paling besar mencapai lebih dari \$6,7 triliun sejak tahun 2016. Secara umum, jenis bisnis ini memiliki dua model utama, yakni *net marketplace* (mencakup Perusahaan e-procurement, e-distributor, serta konsorsium industry) serta jaringan privat

¹³ Diana Fajarwati, *Pengenalan e-commerce*, MODUL MATERI KULIAH ONLINE E-COMMERCE 2020, FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS ESA UNGGUL, 2020, hlm. 10

industry. Perkembangan dari model ini melahirkan konsep B2B2C dapat ditemukan pada *e-commerce* terkenal di Indonesia seperti Shopee dan Lazada di mana Perusahaan *e-commerce* menyediakan layanan bagi para pelapak inilah yang melakukan transaksi langsung dengan konsumen individu.

c) *Consumer-To-Consumer (C2C)*

C2C e-commerce adalah model perdagangan dengan mana memungkinkan individu menjual produk atau jasa langsung kepada individu lainnya melalui suatu platform. Contoh aplikasi C2C antara lain Uber, Airbnb, eBay, dan OLX, di mana setiap pengguna dapat menawarkan barang maupun layanan kepada pengguna lain. Praktiknya konsumen yang ingin berjualan akan melakukan persiapan produk untuk pemasaran termasuk pengunggahan produk yang akan ditawarkan serta penyusunan katalog berdasarkan standar platform, serta memanfaatkan fitur seperti mesin pencari dan sistem pembayaran agar produk dapat dengan mudah ditampilkan, ditemukan dan dibeli.

d) *Social Commerce*

Social commerce merupakan bentuk *e-commerce* yang memanfaatkan jejaring sosial online sebagai media utama. Pertumbuhan *social commerce* dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain meningkatkan popularitas *social sign-on*, adanya fitur kolaborasi dalam belanja online, penggunaan *social*

search, serta hadirnya marketplace di sejumlah platform media sosial.

e) *Mobile e-commerce*

M-commerce ialah aktivitas transaksi online yang dilakukan melalui perangkat seluler. Konsep ini mencakup pemanfaatan ponsel dan jaringan nirkabel guna menghubungkan perangkat dengan *network*. Setelah tersambung pengguna dapat melakukan pembelian barang dan jasa, melakukan pemesanan perjalanan, mengakses berbagai layanan keuangan, hingga menikmati konten digital. Contoh penerapannya dapat dilihat pada layanan pembayaran digital seperti GoPay dan OVO. Selain itu, m-commerce juga memungkinkan pemesanan tiket pertunjukan secara langsung melalui perangkat mobile, di mana e-tiket berbentuk barcode ditampilkan di layar smartphone dan kemudian dipindai sebagai bukti masuk ke lokasi acara.

f) *Local Commerce*

Jenis bisnis ini berbentuk *e-commerce* yang berfokus pada daya tarik konsumen yang berada pada cakupan wilayah geografis tertentu. Jenis ini merupakan bentuk perkembangan generasi ketiga dari mobile, social dan local *e-commerce* yang muncul seiring meningkatnya kebutuhan akan layanan berbasis lokal sebagaimana tercermin pada platform Uber, Gojek, GoFood, dll.

1.7.3.3 Pengembalian Barang

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memberikan definisi retur sebagai pengembalian, sedangkan meretur adalah mengirim kembali atau mengembalikan. Apabila dilihat dari sudut pandang akuntansi, retur terdiri dari dua yaitu retur penjualan dan retur pengembalian:

1. Return Penjualan

Soemarso menyebutkan retur penjualan merupakan pengembalian barang dagangan oleh pelanggan, biasanya disebabkan oleh kerusakan atau alasan lainnya, dan sering kali disertai dengan pemberian potongan harga.¹⁴ Sementara itu, Mulyadi menjelaskan bahwa retur penjualan terjadi ketika perusahaan menerima kembali barang yang sebelumnya telah dijual kepada pelanggan.¹⁵ Maka dapat disimpulkan bahwa retur penjualan adalah bentuk pembatalan transaksi atau pengembalian barang oleh pembeli akibat kondisi barang yang rusak, cacat, atau alasan lain yang sah, yang dapat berujung pada penggantian barang atau pengurangan harga sebagai bentuk kompensasi.

2. Return Pembelian

Menurut Mulyadi, sistem retur pembelian diterapkan oleh Perusahaan untuk mengembalikan barang kepada pemasok ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan

¹⁴ Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Salemba Empat, Jakarta, 2009, hlm. 146.

¹⁵ Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, Salemba Empat, Jakarta, 2008, hlm.134

dalam surat order pembelian.¹⁶ Ketidaksesuaian ini dapat disebabkan oleh barang yang tidak memenuhi spesifikasi, rusak saat pengiriman, atau datang melewati batas waktu yang telah disepakati. Namun praktiknya pengembalian barang sering terjadi karena produk yang diterima rusak atau cacat sehingga tidak layak dijual, atau karena gangguan selama pengiriman dan penyimpanan yang memengaruhi kualitas produk. Oleh karena itu, penting bagi pengecer untuk secara rutin memeriksa kondisi barang.¹⁷ Retur pembelian sendiri merupakan pengembalian atas barang dagangan yang telah dibeli, sedangkan retur penjualan merujuk pada pengembalian barang oleh pelanggan atas barang yang telah dijual.¹⁸

1.7.3.4 Pengertian Pelaku Usaha

Merujuk pada perspektif Pasal 1 angka (3) UUPK, yang dimaksud sebagai pelaku usaha ialah subjek hukum baik pribadi maupun badan usaha yang menginisiasi dan mengelola bisnis di Indonesia. Hal ini mencakup penyelenggaraan kegiatan ekonomi yang dilakukan secara individual ataupun secara kolektif berdasarkan kesepakatan bersama.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 20.

¹⁷ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 147.

¹⁸ Erhans A, *Akuntansi Berdasarkan Prinsip Akuntansi Indonesia*, PT. Ercontara Rajawali, Jakarta, 2015, hlm. 87.

Berdasarkan PP PMSE, yang dimaksud dengan Pelaku Usaha PMSE ialah setiap subjek hukum yang menginisiasi perdagangan elektronik mencakup pihak dalam negeri maupun internasional. Definisi ini mencakup individu dan badan usaha yang terlibat aktif.

1.7.3.5 Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 UUPK menjamin hak pelaku usaha untuk memperoleh imbalan materi sesuai dengan kesepakatan harga dan kondisi produk yang ditransaksikan. Selain itu, regulasi ini memberikan payung hukum bagi pelaku usaha untuk menghadapi konsumen yang tidak beritikad baik, serta menjamin hak mereka untuk menyampaikan argument pembelaan dalam forum penyelesaian sengketa. Hak penting lainnya adalah pemulihan reputasi jika hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa kerugian konsumen tidak berasal dari barang atau jasa pelaku usaha tersebut, ditambah dengan hak-hak lain yang diatur dalam konstitusi hukum yang berlaku.

1.7.3.6 Kewajiban Pelaku Usaha

Sesuai dengan Pasal 7 UUPK menetapkan sejumlah kewajiban konstitusional yang wajib dipatuhi oleh setiap pelaku usaha selama menyelenggarakan aktivitas bisnisnya. Kewajiban tersebut meliputi keharusan pelaku usaha untuk beritikad baik serta memberikan informasi akurat, transparan, dan jujur

mengenai keadaan dan jaminan barang atau jasa dan juga memberikan edukasi mengenai tata cara pengoperasian, perbaikan, serta perawatan produk kepada konsumen. Berkaitan dengan aspek pelauanan, transparansi, dan keadilan tanpa unsur diskriminasi menjadi kewajiban utama demi menciptakan keseimbangan kedudukan antara para pihak. Lebih lanjut, penyedia barang atau jasa wajib memastikan bahwa kualitas produknya selaras dengan standar mutu yang ditetapkan oleh regulasi, termasuk memberikan ruang bagi konsumen untuk melakukan pengujian produk. Kewajiban ini mencakup penyediaan garansi serta kesediaan untuk memberikan kompensasi atau restitusi apabila terdapat kerugian atau ketidaksesuaian antara produk yang diterima dengan kesepakatan yang telah dibuat.

1.7.3.7 Hak Konsumen

Sesuai dengan Pasal 4 UUPK menetapkan sejumlah hak yang dapat dinikmati oleh konsumen. Hak tersebut mencakup jaminan keamanan, kenyamanan, serta keselamatan penggunaan barang dan/atau jasa. Konsumen juga memiliki hak untuk menentukan pilihan atas barang atau jasa serta memperoleh setara dengan nilai tukar, kondisi juga jaminan yang dijanjikan. Pihak konsumen memiliki hak fundamental untuk mendapatkan keterangan yang benar, terbuka, dan jujur mengenai kondisi serta

garansi atas produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, hukum menjamin kebebasan konsumen dalam menyuarakan pendapat dan komplain atas penggunaan barang atau jasa, serta memastikan aspirasi tersebut didengarkan oleh pihak terkait, Perlindungan hukum yang mencakup advokasi dan akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa juga menjadi hak mutlak. Hala ini diperkuat dengan adanya hak atas edukasi konsumen, pelayanan setara, serta kompensasi atau restitusi apabila terdapat ketidaksesuaian barang dengan yang diperjanjikan.

1.7.3.8 Kewajiban Konsumen

Guna menciptakan transaksi yang aman, Pasal 5 UUPK mewajibkan konsumen untuk proaktif dalam membaca serta mengimplementasikan petunjuk teknis yang tersedia. Kepatuhan terhadap instruksi penggunaan ini merupakan prasyarat krusial demi memastikan keamanan pribadi dan keselamatan selama pemanfaatan barang atau jasa tersebut. Selain itu, konsumen diwajibkan untuk bertindak dengan itikad baik dalam melakukan pembelian.

Konsumen juga berkewajiban untuk memenuhi prestasi berupa pembayaran atas barang atau jasa yang diperoleh senilai dengan persetujuan. Di samping itu, konsumen wajib mengikuti

serta menghormati penyelesaian hukum sengketa yang ditempuh melalui jalur hukum yang tersedia.