

PERTANGGUNG JAWABAN HUKUM (*LIABILITY*) TRANSAKSI ONLINE DALAM PENGGUNAAN APLIKASI ONLINE (Studi Kasus Perbandingan Aplikasi Gojek dengan Bukalapak)

Andri Sutrisno

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM

andrisutrisno@iblam.ac.id

ABSTRACT

Internet technology has a huge influence on the world economy. The internet has brought the world economy into a new chapter that is more popular with the term digital economics. More and more economic activities are carried out through the internet media. For example, more and more rely on buying and selling online systems or what can be called (e-commerce) as a transaction medium. Through this research, it was studied how comparison of the online transaction mechanism in the Gojek application with Bukalapak in providing legal responsibility for online transaction users and how legal remedies can be taken by implementers and consumers of online transaction users who feel aggrieved by the Gojek and Bukalapak Applications. this research uses the Social legal research approach method, where this research conducts direct interviews with legal subjects as well as additional sources from premier legal materials, namely legislation and research-related books. The theory used is the theory of legal liability for the use of online transactions in the Bukalapak and Gojek applications. and the relationship between the theory of legal responsibility to provide improvements in the right to legal protection of consumers as actors of online transactions. In addition, this study explained that there is a comparison of transaction methods carried out by the Bukalapak and Gojek applications. Then in the event of a dispute over the legal remedies of the seller / agent and consumer in the transaction. Bukalapak and Gojek applications have disputes, before switching to other alternatives, Users must first contact the application provider used directly in order to negotiate or deliberate to reach a resolution for both parties.

Keywords: *Application, Bukalapak, E-commerce, Go-Jek, Online transactions, Technology*

ABSTRAK

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomian digital. Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem online atau yang mana bisa disebut dengan (e-commerce) sebagai media transaksi. Melalui penelitian ini dikaji bagaimana perbandingan mekanisme transaksi online dalam aplikasi Gojek dengan Bukalapak dalam memberikan pertanggungjawaban hukum terhadap pengguna transaksi online dan bagaimana Upaya Hukum yang dapat ditempuh oleh pelaksana dan konsumen pengguna transaksi online yang merasa dirugikan Aplikasi Gojek dan Bukalapak. penelitian ini menggunakan metode pendekatan Social legal research, dimana penelitian ini melakukan wawancara langsung dengan subjek hukum serta sumber tambahan dari bahan hukum premier yaitu perundang undangan dan buku terkait penelitian. teori yang digunakan adalah teori

pertanggungjawaban hukum atas penggunaan transaksi online aplikasi Bukalapak dan Gojek. serta adanya hubungan teori pertanggungjawaban hukum tersebut untuk memberikan penyempurnaan hak terhadap perlindungan hukum konsumen sebagai pelaku transaksi online. Selain itu dalam penelitian ini menjelaskan bahwa adanya perbandingan metode transaksi yang dilakukan oleh aplikasi Bukalapak dan Gojek. kemudian dalam hal terjadinya perselisihan upaya hukum pelapak/agen maupun konsumen dalam transaksi. Aplikasi Bukalapak maupun Gojek terjadi perselisihan, sebelum beralih ke alternatif lain, Pengguna wajib terlebih dahulu menghubungi penyedia Aplikasi yang digunakan secara langsung agar dapat melakukan perundingan atau musyawarah untuk mencapai resolusi bagi kedua belah pihak.

Kata Kunci: Aplikasi, Bukalapak, E-commerce, Go-Jek, Transaksi online, Teknologi

PENDAHULUAN

Teknologi mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. teknologi membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economics* atau perekonomoan *digital*. Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem online sebagai media transaksi. Jual beli online adalah proses pertukaran barang dengan uang dalam pemasaran perusahaan maupun distribusi informasi dengan menggunakan teknologi internet (Ustadiyanto, 2020).

Teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Namun, teknologi informasi tersebut juga sekaligus menciptakan peluang-peluang baru bagi tindak kejahatan. Konsekuensinya, elektronik information memerlukan adanya perlindungan yang kuat terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengakses informasi tersebut, kebutuhan perlindungan yang demikian menjadi sangat tinggi apabila menyangkut elektronik information yang sangat rahasia (Sjadeini,2016).

Transaksi dalam pemasaran merupakan bagian dari gagasan yang lebih besar mengenai hubungan pemasaran (*relationship marketing*). Lebih dari sekedar menciptakan transaksi-transaksi jangka pendek, pemasar harus membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang berharga. Perusahaan ingin membangun ikatan ekonomis dan sosial yang kuat dengan menjanjikan secara konsisten memberikan produk bermutu tinggi, pelayanan yang baik dan harga yang wajar. Semakin lama, pemasaran berpindah dari usaha memaksimalkan laba dari setiap transaksi individual ke arah membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan dan pihak-pihak lain. Tehnologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet

membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomian digital. Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem online atau yang mana bisa disebut dengan (*e-commerce*) sebagai media transaksi.

E-Commerce adalah melakukan bisnis *online*. Dalam bentuknya yang paling jelas *e-commerce* menjual produk kepada konsumen secara *online*, tapi faktanya jenis bisnis apapun yang dilakukan secara elektronik adalah *E-commerce*. Sederhananya *E-commerce* adalah membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial secara *online*. (Kienna,2001). *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksiperdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet (Kienna,2001).

Julian Ding berpendapat *E-commerce* yaitu: *"Electronic commerce or E-commerce as it also known, is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of "rights". This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public network system must be considered an open system (e.g the internet or world wide web). The transaction concluded regardless of national boundaries or local requirement"* (Ding ,Julian, 2005)

Dalam pengertian tersebut *E-commerce* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat dalam media. *E-commerce* menurut Kosiur mengemukakan bahwa *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penelitian barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara-cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari (Cappella,2018). Kita sering menjumpai kegiatan transaksi, bahkan kita sering melakukan transaksi tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidup kita. Baik transaksi secara langsung seperti membeli barang di toko, pasar ataupun transaksi dengan menggunakan *e-commerce* seperti membeli barang secara online yang disebut dengan online shop.

Perkembangan Online Shop atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan Online Shop sebagai salah satu tempat berbelanja baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual Online Shop yang berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja.

Kecenderungan dalam gaya hidup menjadi budaya konsumsi, membuat orang Indonesia berlomba-lomba dalam keunggulan di segala bidang. Tidak dengan menciptakan hal baru melainkan menggunakan ciptaan orang lain atau konsumsi. Dalam budaya konsumerisme juga ada kecenderungan prestige yang lebih tinggi daripada menciptakan. Hal seperti ini yang mendukung online shop di Indonesia bergerak dengan mulus, cepat dan tanpa arah. Dampak yang muncul mungkin akan lebih banyak baik dari segi negatif maupun positif namun manusia tentunya belum mau berhenti sekarang dari cyberspace dari menciptakan kebudayaan digital.

Situs belanja online sering disebut juga dengan situs e-commerce yaitu suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai transaksi bisnis. Semakin maraknya penggunaan internet menimbulkan berbagai macam peluang bisnis. Berdasarkan pada hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) selama tahun 2014, pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 88,1 juta, tumbuh 16,2 juta dari sebelumnya 71,9 juta atau dengan kata lain memiliki penetrasi 34,9%. Angka 88,1 juta disesuaikan dengan jumlah penduduk di Indonesia yang mana pada tahun 2014 Badan Pusat Statistik mendata sedikitnya jumlah penduduk di Indonesia mencapai 252 juta, angka ini diprediksi akan terus bertambah. Hal tersebut mengingat harga smartphone yang semakin terjangkau, pertumbuhan jumlah keluarga kelas menengah, serta perusahaan-perusahaan telekomunikasi yang berlomba meningkatkan kualitas jaringan internet hingga ke daerah di luar kota-kota besar di Indonesia.

Perkembangan teknologi mengakibatkan berdirinya situs-situs belanja online menjadi pilihan yang paling digemari masyarakat untuk berbelanja suatu produk, kelebihan yang diberikan adalah pembeli tidak perlu datang langsung ke toko, wilayah tidak menjadi pembatas untuk membeli yang artinya dapat menghemat biaya akomodasi, toko dapat diakses 24 jam, tidak ada tawar menawar barang biasanya situs belanja online menyediakan banyak diskon, kupon dan bahkan bebas ongkos kirim untuk menarik minat pembeli dan bersaing dengan situs belanja online lainnya, penjual tidak perlu membangun toko hanya mengandalkan elektronik dan jaringan internet yang berarti menghemat biaya dan menambah keuntungan, pengecekan terhadap transaksi yang baru saja dilakukan cepat dan mudah. Namun karena kelebihan itulah munculah beberapa kekurangan, antara lain tidak jarang terjadi penipuan pada saat melakukan transaksi hal ini dapat dialami penjual maupun pembeli karena uang di transfer melalui atm pembeli dapat mengirimkan bukti palsu transfer uang dan penjual tidak mengirim barang yang sudah dipesan, barang yang ada digambar tidak sesuai dengan aslinya, pengirimannya lama, kemasan rusak serta jika terjadi kesalahan warna, ukuran banyak situs belanja online yang tidak menerima return barang (tukar barang).

Maka dari itu konsumen menggunakan sosial media untuk melampiaskan perasaan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan e-commerce tersebut.

Mengenai kebutuhan sosial tersebut, yang sangat tinggi hal tersebut tidak bisa terlepas dari alat komunikasi maupun teknologi yang ada. Dengan kebutuhan yang sangat tinggi dan serba instan munculah beberapa teknologi yang menjawab semua hal tersebut. Contohnya antara lain kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi online seperti halnya dalam jasa ojek online maupun jual beli online.

Untuk di bidang jasa, salah satu kebutuhan dalam kehidupan manusia yang tak kalah penting adalah jasa transportasi. Transportasi darat di daerah perkotaan memerlukan suatu sistem transportasi yang efektif dan efisien untuk melayani pemindahan barang-barang dan manusia dalam batas antar wilayah, sehingga berbagai sumberdaya yang ada dapat diperoleh dan dimanfaatkan untuk kepentingan seluruh manusia. Terkhusus mengenai pemindahan barang-barang, kualitas jasa transportasi barang harus dilaksanakan secara efektif dan efisien dengan cara lancar/cepat, aman, teratur, bertanggung jawab, dan murah. Pembahasan pembangunan aspek hukum transportasi tidak terlepas dari efektivitas hukum pengangkutan itu sendiri. Faktor keamanan, kenyamanan, dan kecepatan yang harus dicapai ke tempat tujuan menjadi salah satu permasalahan yang harus dapat diatasi guna efisiensi dan penghematan.

Fenomena perkembangan teknologi saat ini yang paling ramai dibicarakan dan menjadi bahan diskusi banyak kalangan adalah mengembangkan teknologi ke arah bisnis transportasi yang modern dan online shopping dengan menggunakan kecanggihan aplikasi di dunia virtual. Masyarakat saat ini sangat dimudahkan dengan adanya sarana transportasi ini terutama untuk pemesanannya. Dimanapun dan kapanpun juga secara cepat dan real time, masyarakat mudah melakukan mobilisasi kemana saja dan membeli keperluan apapun dengan memiliki aplikasi tersebut. Bisnis yang memanfaatkan aplikasi virtual untuk memudahkan pemesanan yang diperlukan adalah bisnis aplikasi Gojek dan Bukalapak.

Adanya manfaat dalam transaksi online di atas tidak memungkiri pula adanya risiko yang timbul dalam transaksi ini karena dilakukan tanpa ada pertemuan antara para pihaknya. Mereka mendasarkan transaksi jual beli ini atas rasa kepercayaan satu sama lain karena bagaimanapun transaksi jual beli tidak lepas dari masalah perjanjian. Oleh karena itu, perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik juga, dan tidak ada berkas perjanjian seperti pada transaksi jual beli pada umumnya. Kondisi seperti ini tentu dapat menimbulkan berbagai akibat hukum dengan segala risikonya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan wanprestasi dari salah satu pihak dalam transaksi tersebut, kemudian bagaimana pertanggungjawaban salah satu pihak apabila melakukan wanprestasi dan masalah lain seperti tidak ada kewajiban dari pihak penjual untuk melakukan konfirmasi kepada pembeli.

Berdasarkan permasalahan di atas tentu hal ini sangat merugikan salah satu pihak. Berdasarkan permasalahan tersebut tentu akan menyulitkan pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian yang timbul yang disebabkan oleh perbuatan tersebut. Namun, untuk mencegah beberapa masalah seperti di atas, pemerintah turut berperan sebagai sarana untuk memecahkan berbagai problem sosial yang cukup tegas sehingga dapat memberikan sanksi bagi yang menyalahgunakan transaksi elektronik ini, dan peraturan ini merupakan wujud dari tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan maksimal pada seluruh aktivitas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di dalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi penyalahgunaan teknologi dan diatur dalam undang-undang.

Seperti yang tertuang dalam Pasal 40 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 ITE yaitu : *"pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan informasi elektronik dan transaksi elektronik yang mengganggu ketertiban umum"*. Sebagaimana aplikasi Ojek online dan aplikasi Bukalapak merupakan aplikasi yang menyuguhkan jual beli sehingga dalam hal inipun tentu menimbulkan transaksi online. Akan tetapi adanya aplikasi Gojek maupun aplikasi Bukalapak sebagai wadah terjadinya transaksi online antara konsumen dan penjual maupun penyedia jasa tidak luput dari permasalahan yang menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Penelitian tentang *"Pertanggungjawaban Hukum (Liability) Transaksi Online Dalam Penggunaan Aplikasi Online (Studi Perbandingan Aplikasi Gojek Dengan Aplikasi Bukalapak)"* setidaknya tidaknya penting karena tiga alasan. Pertama Alasan Filosofis, Penggunaan teori pertanggungjawaban hukum belum banyak dimanfaatkan dan belum banyak yang memahami arti dari pertanggung jawaban dalam suatu transaksi online, khususnya dalam penggunaan aplikasi online shop Gojek dan Bukalapak. oleh karena itu dengan pemilihan judul tesis ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat yang lebih besar khususnya bagi Pemilik aplikasi dalam memberikan pelayanan dan pertanggungjawaban terhadap pengguna aplikasi yang melakukan transaksi online. Kedua Alasan Yuridis, Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak konsumen merupakan bentuk peraturan perundangan yang sangat penting artinya bagi sistem transaksi jual beli di Indonesia, dan sekaligus bagi perekonomian nasional secara tidak langsung karena jika kebijakan ini dilakukan dengan benar, maka secara otomatis akan meminimalisir kerugian para pelaku transaksi online. selain itu dengan demikian, pemilihan Judul Tesis ini diharapkan mendapatkan momentum yuridis yang sangat baik karena mengkaji pertanggung jawaban hukum terhadap pelaku transaksi online khususnya dalam melindungi konsumen dalam jual beli online.

Ketiga Alasan Sosiologis pemilihan ini didasari oleh suatu pemikiran bahwa penyedia Aplikasi maupun layanan transaksi online, seharusnya lebih berpihak

kepada pertanggungjawaban hukum untuk memberikan perlindungan konsumen sehingga memberikan pelayanan dan meningkatkan perkembangan transaksi online yang lebih baik lagi, sehingga pengguna transaksi online maupun para pengguna layanan aplikasi dapat terjamin kenyamanannya serta keamanannya dalam bertransaksi. Semangat dan landasan sosiologis yang menunjukkan keberpihakan kepada pihak tertentu (konsumen/pengguna transaksi online) merupakan pilihan yang jelas dan mengandung konsekuensi bahwa dalam melakukan transaksi online aplikasi Gojek maupun Bukalapak dapat meminimalisir kecurangan maupun cyber crime terhadap pengguna aplikasi. Berdasarkan uraian di atas maka perumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah, Bagaimana perbandingan mekanisme transaksi online dalam aplikasi Gojek dengan Bukalapak dalam memberikan pertanggungjawaban hukum terhadap pengguna transaksi online ? Bagaimana Upaya Hukum yang dapat ditempuh oleh pelaksana dan konsumen pengguna transaksi online yang merasa dirugikan Aplikasi Gojek dan Bukalapak ?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *Social legal research*. Sifat dan Bentuk Penelitian dilihat dari sifatnya merupakan penelitian *eksplanatoris* (Marzuki, Peter Mahmud, 2011) Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya. Maksudnya adalah terutama untuk mempertegas hipotesa-hipotesa, agar dapat membantu dalam memperkuat teori-teori lama, atau didalam kerangka menyusun teori-teori baru. Sedangkan menurut bentuknya merupakan penelitian *diagnostik*, namun sekaligus berbentuk *preskriptif*. Penelitian *diagnostik* merupakan suatu penyelidikan yang dimaksudkan untuk mendapatkan keterangan mengenai sebab-sebab terjadinya suatu gejala atau beberapa gejala. Sementara itu penelitian *preskriptif* ditujukan untuk mendapatkan saran-saran mengenai apa yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah-masalah tertentu (Soekanto, 2015). Penelitian hukum berupa menggunakan jenis data sekunder. Yaitu data sekunder yang bersifat publik (Soekanto, 2015). Termasuk didalamnya adalah: peraturan perundang-undangan yang relevan, undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan lain-lain. Penelitian hukum ini menggunakan penelitian lapangan, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yaitu penelitian yang dilakukan dalam masyarakat berdasarkan observasi/ pengamatan dan wawancara secara langsung yang bersifat normatif selalu menitik beratkan pada sumber data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerugian Konsumen Pengguna Aplikasi Gojek dan Bukalapak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi harus dimaknai sebagai motivasi bagi manusia untuk mengevaluasi dan mempelajari teknologi ini sebagai

dasar untuk belajar sepanjang hayat. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung demikian cepat. Namun demikian, walaupun pada awalnya diciptakan untuk menghasilkan manfaat positif, tetapi juga memungkinkan digunakan untuk hal negatif. Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi antara lain adalah teknologi dunia maya atau biasa disebut internet (*interconnection network*). Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, komunikasi melalui situs jejaring sosial, dan termasuk untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*.

E-Commerce merupakan suatu proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer, yaitu internet. Jual beli secara online dapat mengefektifkan dan mengefisienkan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jualbeli. Sebagaimana yang telah diuraikan terdapat persamaan Aplikasi Bukalapak dengan Gojek adalah keduanya sama - sama aplikasi yang dapat di download dari *App Playstore* ataupun *apple* selain itu kedua aplikasi tersebut menghubungkan antara konsumen dan penyedia barang/jasa. kemudian para pengguna aplikasi harus registrasi terlebih dahulu dengan cara memasukan data pribadi email maupun nomor handphone, disini lain adapun perbandingan antara kedua aplikasi tersebut dilihat dari metode pembayaran/ Transaksi online. Berkembangnya trans jual beli online di Indonesia seperti saat ini, semakin banyak orang yang ingin mencoba melakukan kegiatan tersebut. Menjadi penjual ataupun sebagai pembeli, tentu menginginkan transaksi yang aman dan nyaman. Namun, sayangnya masih ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan kesempatan melakukan modus penipuan. Oleh sebab itu pelaku jual beli online dituntut untuk mengetahui seputar transaksi online, salah satunya adalah sistem pembayaran yang biasanya digunakan untuk transaksi. Di Indonesia sendiri ada beberapa jenis transaksi penjualan yang umumnya dilakukan :

1. Transfer Antar Bank
2. *Cash On Delivery (COD)*
3. Rekening Bersama
4. Paypal
5. Kartu Debit Online (Payoneer)
6. Western Union
7. Penagihan melalui ponsel atau menggunakan pulsa

Metode Transaksi aplikasi Bukalapak Bukalapak sebagai sarana penunjang bisnis berusaha menyediakan berbagai fitur dan layanan untuk menjamin keamanan dan kenyamanan para penggunanya. Bukalapak tidak berperan sebagai penjual

barang, melainkan sebagai perantara antara penjual dan pembeli, untuk mengamankan setiap transaksi yang berlangsung di dalam platform Bukalapak melalui mekanisme BL Payment System. Adanya biaya ekstra (termasuk pajak dan biaya lainnya) atas segala transaksi yang terjadi di Bukalapak.com berada di luar kewenangan Bukalapak.com sebagai perantara, dan akan diurus oleh pihak-pihak yang bersangkutan (baik penjual atau pun pembeli sesuai ketentuan yang berlaku di Indonesia).

Metode pembayaran Transaksi aplikasi Gojek Selanjutnya transaksi online dalam aplikasi Gojek yang dilakukan oleh pengguna aplikasi dapat dilakukan dengan pembayaran Cash dan Go-Pay. Go-Jek pada awalnya memang berangkat dari layanan jasa transportasi berbasis motor. Namun, berdasarkan informasi yang diketahui oleh *tirto.id*, perusahaan aplikasi ini sedang berusaha bergerak menuju one-stop service application, yakni pelanggan dapat melakukan pemesanan berbagai macam jasa hanya dari satu aplikasi.

Proses pengiriman barang di Bukalapak tersebut pada umumnya memerlukan beberapa hari untuk sampai ke tangan konsumen. akan tetapi dalam hal proses pengiriman ini Bukalapak bekerjasama dengan Gojek yaitu melalui Go Send, dimana proses pengiriman Go send ini bisa sampai pada hari yang sama dari pemesanan barang. Selanjutnya dalam proses transaksi Gojek, pengiriman barang hanya dilakukan dengan jasa driver Go-Jek dimana barang akan sampai di tangan konsumen dalam waktu beberapa jam tergantung jarak pemesanan. hal ini tentu lebih singkat dibanding proses metode pengiriman barang di aplikasi Bukalapak. Dengan kemudahan teknologi kelebihan itulah munculah beberapa kekurangan, antara lain tidak jarang terjadi penipuan pada saat melakukan transaksi hal ini dapat dialami penjual maupun pembeli karena uang di transfer melalui atm pembeli dapat mengirimkan bukti palsu transfer uang dan penjual tidak mengirim barang yang sudah dipesan, barang yang ada digambar tidak sesuai dengan aslinya, pengirimannya lama, kemasan rusak serta jika terjadi kesalahan warna, ukuran banyak situs belanja online yang tidak menerima return barang (tukar barang). Dari beberapa layanan yang ada dalam hal ini peneliti mengambil studi perbandingan mengenai aplikasi layanan belanja barang atau disebut Go-Shop (Liputan 6: 2018). Go-Shop merupakan layanan belanja yang memudahkan konsumen membeli barang yang diinginkan. Intinya fitur Go-Shop meminta tolong kepada pelaksana atau mitra Gojek untuk belanja barang yang dibutuhkan, dengan metode pembayaran tunai dan harga barang yang diinginkan yang ada. Dengan sistem pembayaran *Cash on delivery (COD)* metode pembayaran dengan penjualan barang melalui mail order dan toko online di mana pembayaran dilakukan pada saat pengiriman bukan di muka. Sedangkan Pelaksana maupun mitra kerja yang dimaksud adalah para driver Gojek yang mengikatkan diri menjadi menjadi Driver atau pelaksana dalam mengantarkan kebutuhan yang diinginkan. Sedangkan konsumen

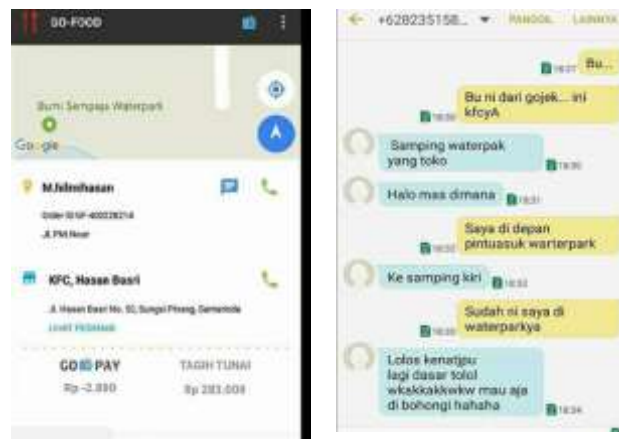
atau pengguna jasa merupakan subjek hukum yang dalam hal ini adalah siapapun yang menggunakan *smartphone* serta terakses internet dan layanan aplikasi mengakses Go-Shop. Mekanisme pemesanan barang yang diinginkan dalam aplikasi Go-Shop seperti memesan Go-Drive/Ojek online. Beberapa kasus order fiktifpun bermunculan dengan adanya aplikasi pelayanan atau fitur Go-Shop. Banyak kasus di mana driver Gojek merugi lantaran orderan Go Shop yang fiktif. Beberapa kumpulan cerita mengenai order fiktifpun tersebar disosial media. Dan beberapa kasusnya dikumpulkan dalam satu akun. Antara lain akun tersebut adalah cerita ojek online yang mendapatkan order fiktif.



kasus Driver di Pekalongan

Sekitar tanggal 15 September 2017 lalu, *driver* Gojek di Pekalongan menjadi korban orderan fiktif *Go-shop*. Bukan membeli di sebuah toko, namun *customer* meminta *driver* Gojek tersebut COD dengan penjual di alun-alun. *Customer* dan penjual sama-sama mengaku kalau yang dipesan adalah *parfum* seharga 400 ribu. Setelah uang diterima dan barang akan diantar, *customer* tidak aktif lagi nomornya. Bukan cuma itu, ternyata penipuan ini berkomplotan dan sudah ada setidaknya empat *driver* Go-Jek yang tertipu di hari yang sama (Drama Ojol : 2018). Kasus selanjutnya Yang dijelaskan dalam fanpage akun Facebook Bapak Fachri Aditya yang dikutip dalam koran merdeka. Beliau mendapatkan order fiktif layanan Go-Shop dengan kerugian senilai Rp.320.000 ribu. Bapak Fachri mengungkapkan bahwa beliau mendapatkan permintaan dari aplikasi untuk melakukan pembelian Go-Shop dari Roxy Mas diantar ke Hotel Ibis mangga Dua LCD HP dengan harga Rp. 320.000 ribu. Dengan permintaan memberikan barangnya untuk bertemu didepan pintu masuk dengan alasan tidak membayar parkir. Di perjalanan beliau menghubungi pihak yang memesan LCD tersebut. Saat tiba di lokasi antar, ternyata nomor pelanggan tersebut tidak bisa dihubungi. Kemudian beliau mencoba membuka isi paket tersebut, ternyata bukan LCD ponsel melainkan hanya sebuah kaos. Beliauapun menghubungi pihak

Customer Service atas kerugian yang diderita, Pihak Customer service Go-ojek menyarankan untuk membawa barang tersebut kekantor agar dapat mengklaim kerugian yang diderita oleh beliau. Namun kerugian yang derita Bapak Fachri Aditya tidak dapat diklaim disebabkan *Cash on delivery* (COD) tidak didepan toko. Selanjutnya kasus yang terjadi Samarinda, *driver* Gojek ditipu oleh seorang remaja. Dalam orderan tersebut, ia terlihat memesan makanan dari salah satu *restaurant fast food* Jumlah pesanannya mencapai 283 ribu rupiah, tapi ketika *driver* tersebut akan mengantarkan pesanan, anak tersebut malah mengatai *driver* tersebut dengan kata kasar.



1.2 Kasus Driver Samarinda Go-Food

Kasus yang terjadi di Samarinda, merupakan gambaran dari kelemahan Aplikasi yang *driver* Gojek dapat diakses oleh seorang remaja. Dalam orderan tersebut, ia terlihat memesan makanan dari salah satu *restaurant fast food* Jumlah pesanannya mencapai 283 ribu rupiah, tapi ketika *driver* tersebut akan mengantarkan pesanan, anak tersebut malah mengatai *driver* tersebut dengan kata kasar dan mau ditipu. Pertama, dalam kasus yang terjadi order fiktif antara lain Subjek Hukum yang tidak jelas. Karena yang melakukan transaksi tidak perlu cakap hukum. Bermodal dengan smarphone dan aplikasi yang sudah didownload, bahkan anak-anak yang belum cakap hukumpun bisa melakukan transaksi dalam aplikasi Gojek dengan bermodal smarphone. Kedua, Selain dari subjek hukum yang tidak terdeteksi apakah sudah cakap hukum atau belum, ke secureran dari aplikasi mengenai pembayaran. Perjanjian secara online tidak terlepas dari konsep perjanjian secara mendasar yang diatur dalam pasal 1320 KUHPdata. Jual beli secara online pada dasarnya sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, hanya saja menggunakan media elektronik atau disebut dengan e- commerce. Perlindungan hukum bagi penjual dan pembeli secara online dilindungi dengan adanya undang-undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang hak-hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Khusus dalam perjanjian jual beli secara online akan ditambahkan dengan adanya aturan

tentang undang-undang nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Praktisi keamanan siber, Pratama Persadha menilai sistem verifikasi akun Go-Jek masih lemah karena order fiktif masih bermunculan. Order fiktif tersebut bukan hanya merugikan *driver*, tapi juga pelanggan Go-Jek. Menurut Pratama, Go-Jek seharusnya memiliki sistem verifikasi yang lebih rinci, sehingga dapat mencegah munculnya akun palsu. Sejauh ini, katanya, pihak Go-Jek bisa dibilang hanya mengandalkan verifikasi melalui nomor telepon (Liputan 6 : 2018). Beberapa hal kerugian dalam transaksi di Bukalapak tidak seperti kerugian yang diderita parapelaksana seperti halnya di transaksi di Gojek. Namun beberapa permasalahan antara lain keterlambatan barang yang dipesan atau bahkan barang tidak sesuai dari gambar. Salah satu konsumen yang merasa dirugikan atas dasar bahwa barang tidak sesuai seperti yang dipesan R. Daden Ramdani Ciledug, Tangerang Banten. Sebagai berikut:

'Saya beli smartwatch Onix S2 ke pelapak Winda Puspita lewat Akulaku dan diteruskan ke pelapak Winda Puspita di Bukalapak. Dikarenakan pesanan saya tidak sesuai pesanan awal dan diberikan barang rusak, pada saat itu juga saya komplain. Akan tetapi tidak ada tanggapan sama sekali hanya yang jawab by sistem dengan produknya. Alhasil saya tidak dapatkan keluhan saya diteruskan ke pelapak. Setelah saya stop pembayaran, pihak penagih dari Akulaku pada tanggal lewat 2 bulan setelah saya terima barangnya, meminta saya untuk membayar angsurannya. Pada saat itu juga kesempatan saya komplain dikarenakan baru bisa tersambung akibat saya stop pembayaran. Tetapi pihak Akulaku menyatakan estimasi barang refund sudah melewati batas yang ditentukan dari batas yang diberikan selama 2 minggu. Alhasil saya merasa kecewa dikarenakan dari awal saya komplain tidak ditanggapi, sehingga telat itupun saya sebagai pembeli yang disalahkan. Mohon kiranya janganlah membela pelapak yang sudah merugikan pelanggan. Akulaku mempertaruhkan citra buruknya untuk bekerja sama dengan pelapak yang tidak jujur. Apakah ini bisa disebut sebagai tempat penipuan untuk konsumen seperti saya yang sudah dirugikan harus membayar barang yang tidak sesuai permintaan dan buruknya lagi barang tersebut rusak dan bekas Pada tanggal 9-13 Oktober 2017 saya sudah komplain karena barang tidak sesuai permintaan. Terima barang per tanggal 9 Oktober 2017 komplain tidak ada tanggapan. Barulah pada tanggal 2 Desember 2017 dijawab by sistem dinyatakan komplain saya diterima. Sekarang pihak Akulaku tidak mau bertanggung jawab dengan alasan lewat waktu dan tidak terima komplain. Akal-akalan apa ini? Pada awalnya dibilang tidak terima tapi saat estimasi sudah dinyatakan lewat batas waktu refund baru dibilang diterima??? Padahal kurang dari 1 jam saya komplain tetapi tidak ada tanggapan, telepon pun tidak tersambung alias susah dihubungi. Tetap tidak mau terima pihak Akulakunya, padahal bukti screen shoot saat penerimaan barang tanggal 9 Oktober 2018 sudah diemailkan yang menurut Akulaku tidak diterima saat awal komplain. Setelah lewat masa estimasi baru mengakui terima email dari

saya, ini jelas sudah tidak ada perlindungan terhadap konsumen. Ini jelas-jelas pengebakan untuk meraup keuntungan agar konsumen mau menerima barang dengan cara keterpaksaan.Kecewa sangat dengan pelayanan Akulaku yang seperti ini, semoga tidak ada lagi kejadian serupa terhadap konsumen lainnya. Bukalapak menyatakan estimasi retur barang 1 x 24 jam. Akulaku menyatakan estimasi retur barang 2 x 24 jam. Pelapak menyatakan estimasi retur barang 2 minggu (Media Konsumen: 2018).

Dikarenakan pesanan beliau tidak sesuai pesanan awal dan diberikan barang rusak, pada saat itu juga saya komplain. Setelah beliau stop pembayaran, pihak penagih dari Akulaku pada tanggal lewat 2 bulan setelah beliau terima barangnya, meminta beliau untuk membayar angsurannya. Pada saat itu juga kesempatan beliau komplain dikarenakan baru bisa tersambung akibat beliau stop pembayaran. Tetapi pihak Bukalapak menyatakan estimasi barang refund sudah melewati batas yang ditentukan dari batas yang diberikan selama 2 minggu. Alhasil beliau merasa kecewa dikarenakan dari awal beliau komplain tidak ditanggapi, sehingga telat itupun beliau sebagai pembeli yang disalahkan. Mohon kiranya janganlah membela pelapak yang sudah merugikan pelanggan.

Upaya Hukum Yang Dapat Ditempuh oleh Pelaksana Dan Konsumen Pengguna Transaksi Online Yang Merasa Dirugikan Oleh Aplikasi Gojek dan Bukalapak.

Pertanggung jawaban dalam kajian hukum perdata ada dua yaitu kesalahan dan risiko. Seseorang wajib bertanggung jawab (atau lahir kewajiban bertanggung jawab) karena dia bersalah, baik berupa kesalahan maupu kelalaian. Inilah yang disebut dengan tanggung jawab atas dasar kesalahan. Kemudian, hukum perdata memungkinkan seseorang bertanggung jawab bukan karena dia bersalah, tetapi karena dia mengambil risiko dalam kedudukan hukumnya sedemikian rupa yang mewajibkan bertanggung jawab, inilah yang disebut dengan tanggung jawab atas dasar risiko. Kedua menimbulkan akibat dan konsekuensi yang jauh berbeda (Muhammad, Abdulkadir,2014).

Pertanggung jawaban terkait dengan hubungan hukum yang timbul antara pihak yang menuntut pertanggung jawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab. Oleh karena itu berdasarkan jenis hubungan hukum atau peristiwa hukum yang ada, maka dapat dibedakan pertama petanggung jawaban atas dasar kesalahan adalah tanggung jawab yang dapat lahir karena terjadinya wanprestasi, timbulnya perbuatan melawan hukum atau karena tindakan yang kurang hati-hati. Kedua, pertanggung jawaban atas dasar risiko adalah tanggung jawab yang harus dipikul sebagai risiko yang harus

Upaya Hukum pelaksana/ Mitra gojek, dalam transaksi di Aplikasi Gojek dan Aplikasi Bukalapak antara lain:

a) Meminta ganti kerugian atas ketidak amanya Aplikasi penyedia layanan Online.

Pasal 1365 KUHPperdata menyebutkan,

"Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut".

Dengan membawa struk pembelian barang dari toko aslinya. Mengklaim kerugian dengan langsung datang ke kantor operasional GO-JEK. Klaim pun akan langsung diproses

b) Jika kita menarik dari sudut pandang lain, yaitu sudut pandang hukum pidana, maka tindakan order fiktif dapat digolongkan sebagai penipuan yang terdapat dalam Pasal 378 KUHP. Pasal 378 KUHP berbunyi,

"Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat ataupun dengan rangkaian kebohongan menggerakkan orang lain untuk menyerahkan sesuatu benda kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama 4 tahun."

Upaya Hukum pelapak/agen maupun konsumen dalam transaksi Bukalapak antara lain Bukalapak sebagai sarana penunjang bisnis berusaha menyediakan berbagai fitur dan layanan untuk menjamin keamanan dan kenyamanan para penggunanya.

Bukalapak tidak berperan sebagai Pelapak barang, melainkan sebagai perantara antara Pelapak dan Pembeli, untuk mengamankan setiap transaksi yang berlangsung di dalam platform Bukalapak melalui mekanisme Bukalapak Payment System. Adanya biaya ekstra (termasuk pajak dan biaya lainnya) atas segala transaksi yang terjadi di Bukalapak berada di luar kewenangan Bukalapak sebagai perantara, dan akan diurus oleh pihak-pihak yang bersangkutan (baik Pelapak atau pun Pembeli) sesuai ketentuan yang berlaku di Indonesia. Bukalapak hanya mengizinkan jual beli barang yang bisa dikirim melalui jasa pengiriman (jasa ekspedisi), sehingga jasa dan kerjasama dagang (franchise) tidak dapat diperdagangkan melalui Bukalapak terkecuali ada kerja sama resmi dengan pihak Bukalapak.

Barang-barang yang dapat diperdagangkan di Bukalapak merupakan barang yang tidak tercantum di daftar "Barang Terlarang". Bukalapak tidak bertanggung jawab atas kualitas barang, proses pengiriman, rusaknya reputasi pihak lain, dan/atau segala bentuk perselisihan yang dapat terjadi antar Pengguna. Bukalapak memiliki kewenangan untuk mengambil tindakan yang dianggap perlu terhadap akun yang diduga dan/atau terindikasi melakukan penyalahgunaan, memanipulasi, dan/atau melanggar Aturan Penggunaan di Bukalapak, mulai dari melakukan moderasi, menghentikan layanan "Jual Barang", membatasi jumlah pembuatan akun, membatasi atau mengakhiri hak setiap Pengguna untuk menggunakan layanan, maupun menutup akun tersebut tanpa memberikan

pemberitahuan atau informasi terlebih dahulu kepada pemilik akun yang bersangkutan.

Bukalapak memiliki kewenangan untuk mengambil tindakan yang dianggap perlu terhadap akun Pengguna, mulai dari melakukan moderasi, menghentikan layanan “Jual Barang”, membatasi jumlah pembuatan akun, membatasi atau mengakhiri hak setiap Pengguna untuk menggunakan layanan, maupun menutup akun tersebut tanpa memberikan pemberitahuan atau informasi terlebih dahulu kepada pemilik akun yang bersangkutan.

Bukalapak memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan atas permasalahan yang terjadi pada setiap transaksi. Jika Pengguna gagal untuk mematuhi setiap ketentuan dalam Aturan Penggunaan di Bukalapak ini, maka Bukalapak berhak untuk mengambil tindakan yang dianggap perlu termasuk namun tidak terbatas pada melakukan moderasi, menghentikan layanan “Jual Barang”, menutup akun dan/atau mengambil langkah hukum selanjutnya.

Bukalapak Payment System bersifat mengikat Pengguna Bukalapak dan hanya menjamin dana Pembeli tetap aman jika proses transaksi dilakukan dengan Pelapak yang terdaftar di dalam sistem Bukalapak. Kerugian yang diakibatkan keterlibatan pihak lain di luar Pembeli, Pelapak, dan Bukalapak, tidak menjadi tanggung jawab Bukalapak.

Bukalapak memiliki fitur keamanan tambahan yaitu TFA (Two Factor Authentication). Apabila Pengguna mengaktifkan fitur tersebut, maka Bukalapak akan mengirimkan kode OTP (One Time Password) via SMS ke nomor handphone yang sudah terkonfirmasi sebagai nomor akun Pengguna. Kode OTP dikirim ketika: ada penggunaan dan/atau pencairan dana saldo BukaDompet; perubahan data di akun Pengguna seperti password, alamat e-mail, nomor telepon, dan/atau nomor rekening; serta perubahan dan/atau penambahan alamat. Masukkan kode OTP hanya pada kolom yang disediakan oleh sistem Bukalapak (situs maupun aplikasi resmi Bukalapak). Kode OTP tersebut bersifat rahasia dan tidak untuk diinformasikan ke pihak lain termasuk pihak yang mengatasnamakan Bukalapak. Bukalapak berhak meminta data-data pribadi Pengguna jika diperlukan. Aturan Penggunaan Bukalapak dapat berubah sewaktu-waktu dan/atau diperbaharui dari waktu ke waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Dengan mengakses Bukalapak, Pengguna dianggap menyetujui perubahan-perubahan dalam Aturan Penggunaan Bukalapak. Aturan Penggunaan Bukalapak pada Situs Bukalapak berlaku mutatis mutandis untuk penggunaan Aplikasi Bukalapak.

KESIMPULAN

Pertanggungjawaban hukum belum banyak dimanfaatkan dan belum banyak yang memahami arti dari pertanggung jawaban dalam suatu transaksi online, khususnya dalam penggunaan aplikasi online shop Gojek dan Bukalapak. Pasal 4

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak konsumen merupakan bentuk peraturan perundangan yang sangat penting artinya bagi sistem transaksi jual beli di Indonesia, dan sekaligus bagi perekonomian nasional secara tidak langsung karena jika kebijakan ini dilakukan dengan benar, maka secara otomatis akan meminimalisir kerugian para pelaku transaksi online. selain itu dengan demikian. Permasalahan mengenai perlindungan konsumen pada perkembangannya belum dapat teratasi namun justru permasalahan tersebut semakin meningkat. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal, faktor eksternal salah satunya adalah pengaruh globalisasi yang menyebabkan konsumen diberikan banyak pilihan dan pelaku usaha semakin dipacu untuk memproduksi barang yang sesuai kebutuhan dan diminati oleh masyarakat namun kurang memperhatikan kualitas bahan produksi yang dapat dipertanggung jawabkan, selain itu pelayanan terhadap konsumen juga belum optimal. Faktor internal dari konsumen itu sendiri, yaitu kurangnya pengetahuan mengenai produk. Upaya Hukum pelaksana/ Mitra gojek, dalam transaksi di Aplikasi Gojek dan Aplikasi Bukalapak dapat meminta ganti kerugian atas ketidak amanya Aplikasi penyedia layanan Online sesuai Pasal 1365 KUHPerdara. Upaya Hukum pelapak/agen maupun konsumen dalam transaksi Aplikasi Bukalapak terjadi perselisihan, sebelum beralih ke alternatif lain, Pengguna wajib terlebih dahulu menghubungi Bukalapak secara langsung agar dapat melakukan perundingan atau musyawarah untuk mencapai resolusi bagi kedua belah pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadar , Muammad. (1998). *Hukum Pengangkutan Niaga*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ahmadi, Miru, (2011), *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- APJI. (2017). *Riset Pengguna Internet*, <http://apji.or.id/> diakses tanggal 20 Juli 2018 Pukul 12.30 wib.
- Anonym, (2017). *Bukalapak*, www.startupbisnis.com, diakses pada tanggal 02 Agustus 2018 pukul 12.23 Wib
- Anonym, (2015). *Jenis – jenis Transaksi Online*, <https://carajualan.com/jenis-jenis-transaksi-jual-beli-online-di-indonesia-dan-perbedaannya/> diakses pada tanggal 13 Agustus 2018 pukul 12.30wib
- Anonym. [http:// www.capella.co.id/e-commerce/info.html](http://www.capella.co.id/e-commerce/info.html). diakses pada tanggal 18 Juli 2018 pukul 14.15 wib
- Asril, Sitimpul. (2004). *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Asshiddiqie, Jimly, Ali Safa'at. (2006). *Teori Hans Kelsen tentang Hukum*. Jakarta :
- Busyra Azheri, (2011). *Corporate Social Responsibility (Dari Voluntary Menjadi Mandatory)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Bukalapak,. 2016. *Syarat Ketentuan* Bukalapak, <https://www.bukalapak.com/terms#buying-terms> diakses tanggal 03 Agustus 2018 pukul 17.12 wib.
- Bukalapak, 2015. *Metode Pembayaran* Bukalapak, <https://www.bukalapak.com/bantuan/sebagai-pembeli/pembayaran-transaksi/metode-pembayaran-bukalapak> diakses tanggal 01 Agustus 2018.
- Course Hero, Lazada, <https://www.coursehero.com/file/plj3ot4/Lazada-merupakan-bagian-dari-jaringan-e-commerce-yang-berpusat-di-Dubai-Unit/> diakses pada Tanggal 11 Agustus 2018.
- Desi Sartika, *Analisis Sistem Informasi Penjualan Online*, <https://widuri.raharja.info/index.php/KP1111469413>, diakses pada Tanggal 14 Agustus 2018 pukul 15.07 wib
- DetikInet, *Persaingan Ecommerce Indonesia Tahun 2017*, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3793019/persaingan-e-commerce-indonesia-di-2017-siapa-terpopuler> diakses Tanggal 17 Agustus 2018 pukul 15.33 wib.
- Ding ,Julian, (2005), *e-commerce, Law dan Practice*, Bandung
- Edmon Makarim, (2004). *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta - PT. Raja Grafindo Persada.
- Elisabeth, (2018). *Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Angkutan Udara Terhadap Opsi Asuransi Perjalanan Dalam Pembelian Tiket Elektronik Jasa Angkutan Udara Lion Air*, <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20319622-S42452-Analisis%20yuridis.pdf>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2018, pukul 19.44 wib.
- Gunawan, Johaness .(1999). *Hukum perlindungan Konsumen*, Bandung, Universitas Katolik Parahyangan,.
- GO-JEK, (2015). *apa itu GO-JEK*, GO-JEK.com, Diakses tanggal 27 Juli 2018
- _____. 2017. *Kemudahan Transaksi dengan GoPay*, <https://www.go-jek.com/blog/kemudahan-transaksi-dengan-go-pay/>, diakses Tanggal 05 Agustus 2018 Pukul 20.12 Wib.
- _____. *Visi Misi Go-Jek*, <https://www.go-jek.com/vision-mission/> diakses 13 Agustus 2018 pukul 10.30 wib.
- Hamzah ,Andi. (2009). *Kamus Hukum*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Halim, Ridwan. (1988), *Hukum Administrasi Negara Dalam Tanya Jawab*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Hadi, Nor. (2012). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Imaniyati ,Neni Sri. (2013). *Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Jeko I.R , *Shopee*, <https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia> diakses pada tanggal 18 Agustus 2018.
- J, Aberg dan Shahmehri. (2000). *The Role of Human Web Assistants Ecommerce: An Analysis And A Usability Study*. Internet Research.
- Khairunnisa. (2008). *Kedudukan, Peran dan Tanggung Jawab Hukum Direksi*. Jakarta : Pasca Sarjana

Kansil, CST. (1989). *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Kosiur, Davied. (1997). *Understanding Electronic Commerce*. Washington: Microsoft press.

Marzuki, Peter Mahmud, (2011). *Penelitian Hukum*,. Prenada Media Group: Jakarta

Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, (2010), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers,

Muhammad, Abdulkadir, (2014). *Hukum Perdata Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti: Bandung

Muhammad, Abdulkadir, (2010). *Hukum Perusahaan Indonesia*, Jakarta : Citra Aditya Bakti.

M, Philipus Hadjon, (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.

Muchsin, (2003). *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Universitas Sebelas Maret.

Nasution, Z. (1989). *Teknologi Komunikasi dalam Perspektif: Latar Belakang dan Perkembangannya*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Notoatmojo. Soekidjo. (2010). *Etika dan Hukum Kesehatan*. Jakarta :Rineka Cipta.

Pramana, Hengki W. (2008). *Pengertian Aplikasi dan Sejarah Perkembangan Aplikasi*, <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-aplikasi-dan-sejarah-perkembangan-aplikasi/>. diakses pada tanggal 12 Juni 2018 pukul 12.10 wib.

Prasetyo, Bimo dan Sekar Ayu Primandani, 22 Desember 2015, *Menyibak Tanggung Jawab Hukum Penyedia Aplikasi Transportasi*, diakses dari Hukumonline.com pada tanggal 27 Juli 2018 pukul 13.44 Wib.

Qerja, Tokopedia.com, <https://www.qerja.com/company/view/tokopedia-pt>, diakses pada tanggal Agustus 2018.

Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE.

____ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
Lembaran Negara Nomor 42 Tahun 1999, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.

Safitri, Indra. (2005). *"Tindak Pidana di Dunia Cyber" dalam Insider, Legal Journal From Indonesian Capital & Investmen Market"*. http://business.fortunecity.com/buffett/842/art180199_tindakpidana.htm. Diakses pada tanggal 12 Juli 2018.

Sumantri, Gumilar R, (2007). *Migration Within Cities: A Study of Socioeconomic Processes, Intracity Migration, and Grassroots politics in Jakarta*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Sjadeini, *Hukum Ciber System Pengamanan E-Commerce*, Dalam Mariam Darus Badruzaman Dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*,

Sidabalok, Janus. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti

Shidarta. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.

Setiawan. (2000). *Electronic Commerce: Tinjauan Dari Segi Hukum Kontrak*,. Jakarta: Rineka Cipta.

Sidabalok, Janus. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

Sidharta, Bernard Arief. (2009). *Penelitian Hukum Normatif: Analisis Penelitian Filosofikal dan Dogmatika*.

Soekanto, Soerjono. (2015). *Pengantar Penelitian Hukum*, Depok: Universitas Indonesia UI-Press

Siahaan N H T, (2005), *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen, dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei.

Sidabalok, Janus. (2010), *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, Tri, Celina Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.

Shidarta, (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta : PT Grasindo

Sunarjati Hartono, (1991), *Kapita Selekta Perbandingan Hukum*. Bandung : Citra Aditya Bakti,

Suherman E. (1979). *Masalah Tanggung Jawab Pada Charter Pesawat Udara Dan Beberapa Masalah Lain Dalam Bidang Penerbangan*. Bandung : Alumni

Stephenson, Peter. (2000). *Investigating Computer Related Crime: A Handbook For Corporate Investigators*. London New York Washington D.C: CRC Press.

Tri, Celina Siwi Kristiyanti, (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.

Triwulan, Titik dan Shinta Febrian. (2010). *Perlindungan Hukum bagi Pasien*. Jakarta : Prestasi Pustaka

Universitas Sumatera Utara, (2009). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Thesis*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Wahid, Abdul dan Mohammad Labib, (2005). *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*. Jakarta: PT. Refika Aditama.

Widyahartono, Bob. (2018). Hak-Hak Dasar Konsumen Perlu Sosialisasi Berkesinambungan, <http://www.antaranews.com/berita/88305/telaah--hak-hak-dasar-konsumen-perlu-sosialisasi-berkesinambungan>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2018.

Wawancara :

Fahri Rahandianka, Wawancara, tanggal 15 Juni 2018 di Thamrin Jakarta.