

Pengaruh Etika Bisnis Dalam Jual Beli E – Commerce

Winaura Oktavia Khairunnisa, Kelvin Satria Yudha. Fakultas Hukum Universitas Pasundan, bejalu009@gmail.com

ABSTRACT: The development of today's era is getting more and more advanced, especially in the shopping system, where currently there are many shopping systems directly or indirectly (online). When shopping, we usually have to go to the shops we want to visit and even have to pay a lot of money for transportation, but nowadays everything is made easy because of the internet and adequate gadgets. There are many applications on devices or smartphones that provide an online shopping system. Applications or websites that provide online shopping facilities that are very easy and practical so that consumers can shop easily without having to be confused about how to do it. Online shopping applications that are well-known among the public are Shoopee, Lazada, Blibli.com, Bukalapak, Tokopedia and many others. However, when shopping, there are bound to be discrepancies in purchasing goods, whether in terms of material, size and suitability of the goods ordered, especially when shopping online, where this can happen frequently. In the shopping system, of course there is fraud, especially in the form of online shopping, whether from the application or irresponsible sellers. As in the case we discussed regarding why Tokopedia does not want to be responsible for the losses that befell its consumers, Tokopedia even said that they were also victims of losses. In this case, Lazada could not be responsible and ethical in doing business, where they left their consumers to their own worries and instead tried their luck as to who would suffer the most losses, so BPKN took part in this case, which was a big mistake on Tokopedia's part. The author hopes that readers can be careful when shopping online and choose a trusted platform or application and can take responsibility for all errors, whether from the seller or from the application involved. The research that the author took is a form of qualitative research in which the author collects all data regarding the material discussed. This problem aims to protect consumers who are not held responsible for losses incurred by e-commerce parties which are regulated in article of the Consumer Protection Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection of the Republic of Indonesia which is based on the 1945 Constitution Article 5 paragraph (1), Article 21 paragraph (1), Article 27, and Article 33.

KEYWORDS: Business ethics, e-commerce, Consumer Protection Law.

ABSTRAK: Perkembangan zaman pada saat ini semakin hari – semakin maju, teruntuk pada sistem perbelanjaan yang dimana pada saat ini banyak sistem belanja secara langsung maupun tidak langsung (Online). Dalam berbelanja biasanya kita harus pergi ke toko – toko yang mau kita kunjungi bahkan harus banyak mengeluarkan biaya untuk transportasi, namun pada zaman sekarang semua dibuat menjadi mudah karena adanya internet dan gawai yng memadai. Banyak aplikasi – aplikasi yang ada di gawai atau smartphone yang memberikan suatu sistem perbelanjaan online. Aplikasi – aplikasi atau situs web yang memberikan suatu sarana belanja online dengan sangat mudah dan praktis sehingga konsumen akan dengan mudah berbelanja tanpa harus bingung bagaimana caranya. Aplikasi – aplikasi perbelanjaan online yang terkenal di kalangan masyarakat adalah Shoopee, Lazada, Blibli.com, bukalapak, Tokopedia dan masih banyak lainnya. Namun dalam berbelanja pasti ada ketidak sesuaian dalam pembelian barang entah dari segi bahan, ukuran, dan kesesuaian barang yang dipesan, apalagi dalam berbelanja Online yang dimana hal tersebut dapat terjadi secara sering. Dalam sistem perbelanjaan pasti saja ada suatu penipuan apalagi dalam bentuk belanja online, entah dari pihak aplikasi atau penjual – penjual yang tidak bertanggung jawab. Seperti pada kasus yang kami bahas mengenai mengapa Tokopedia tidak mau bertanggung jawab atas kerugian yang menimpa konsumennya, bahkan pihak Tokopedia pun mengatakan bahwa mereka juga sebagai korban yang dirugikan. Dalam hal tersebut pihak Lazada tidak bisa bertanggung jawab dan beretika dalam berbisnis yang dimana mereka membiarkan konsumennya pusing sendiri dan malah mengadu nasib mengenai siapa yang paling dirugikan, sehingga BPKN ikut serta turun dalam kasus tersebut yang dimana merupakan suatu kesalahan yang besar dari pihak Tokopedia. Penulis berharap agar pembaca dapat berhati – hati dalam melakukan perbelanjaan online dan memilih platform atau aplikasi yang terpercaya dan dapat mempertanggung jawabkan semua kesalahan entah itu dari penjual atau pun dari aplikasi yang tersangkut. Penelitian yang penulis ambil adalah salah satu bentuk penelitian Kualitatif yang dimana penulis mengumpulkan semua data – data mengenai materi yang dibahas. Permasalahan ini bertujuan untuk melindungi konsumen yang tidak di pertanggung jawabkan atas kerugian yang terjadi oleh pihak e-commerce yang di atur pada pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia yang berlandaskan pada Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 , dan Pasal 33.

KATA KUNCI: Etika bisnis, e-commerce, UU Perlindungan Konsumen.

I. PENDAHULUAN

Penulis mengambil kasus ini untuk sebagai referensi bahwa cara menggunakan sosial media terutama bagaimana cara membeli sesuatu di platform sosial media (belanja Online). Pada tanggal 20 Februari 2023 terjadi suatu pembelian online di salah satu platform digital yaitu Tokopedia. Seseorang yang bernama Anita Feng membeli salah satu barang di platform tokopedia yaitu genteng, awal ia membeli bertepatan pada tanggal 14 Februari 2023 memesan 2.870 genteng dengan harga Rp. 28. 700. 000. kemudian pada tanggal 15 Februari 2023 dalam keterangan aplikasi bahwa pesanan Anita Fan sudah tiba, namun ujarnya bahwa barang yang ia pesan belum datang sama sekali, karena merasa barang yang ia pesan belum datang, maka Anita Fan langsung mengajukan report complaint barang belum diterima, lalu pada tanggal 16 Februari 2023 baranf yang ia pesan masih belum saja datang dan status pesanana tertera masih pesanan dicomplaint, kemudian pada tannggal 16 Februari tepatnya jam 7 malam status berubah menjadi relase sendiri, dan uang yang diteruskan kepada penjual, lalu toko, ulasan, dan etalase toko tersebut hilang dari platform tokopedia. (Kompas.com 26 Februari 2023). Anita Feng juga upload status di salah satu media sosialnya yaitu whatsapp dengan bertuliskan “Transaksi Rp 28. 7000.000: di tokopedia UANG HANGUS Barang Tidak Diterima!!!” (ScreenShoot yang di Upload di twitter lewat akun Anita Feng).

Tanggapan Tokopedia Care sebagai customer service sangat lambat dan berbelit-belit padahal akun kami adalah akun Diamond dan chat di priority line. Bayangkan kl chat sebagai akun yang tdk memperoleh priority line tentunya akan jauh lebih late response dan tanpa solusi lagi," tulis Anita Feng, dikutip pada Minggu (26/2/2023) "Oleh karena itu sebaiknya berhati-hati dengan seller Tokopedia meskipun power merchant dan sistem Tokopedia yang kemungkinan kena hack. Yang hari ini menimpa kantor kami, di kemudian hari dapat menimpa yang lain," tambahnya.

Tokopedia tidak menemukan adanya kesalahan sistem Dikutip dari Kompas.com, Rabu (22/2/2023), Head of External Communications Tokopedia Ekhel Chandra Wijaya menjelaskan,

pihaknya telah berkoordinasi dengan tim terkait. Menurut Ekhel, pihak Tokopedia tidak menemukan adanya kesalahan sistem dalam kasus tersebut. "Status pembelian pun sudah dinyatakan selesai dan dana sudah dicairkan oleh penjual," ujar dia kepada Kompas.com, Selasa (21/2/2023). Ia menambahkan, dana sudah dicairkan ke penjual karena tidak ada pengajuan komplain oleh pembeli sampai batas waktu konfirmasi penerimaan pesanan. Tokopedia telah menonaktifkan toko. Saat ini Tokopedia sudah menonaktifkan toko terkait secara permanen. Hal ini lantaran toko tersebut dianggap melanggar syarat dan ketentuan. "Selain adanya laporan dari pembeli, ada berbagai indikator untuk menilai penjual melanggar syarat dan ketentuan penggunaan platform Tokopedia," ujar Ekhel. Untuk diketahui, sejumlah alasan toko di platform Tokopedia dinonaktifkan antara lain karena toko mengarahkan pembeli untuk bertransaksi di luar Tokopedia, menyalahgunakan data pembeli, ada indikasi manipulasi, dan ada indikasi penipuan. Selain itu, toko bisa dinonaktifkan karena menjual produk yang dilarang dan konten tidak memenuhi standar, duplikasi toko, dan toko terhubung ke akun yang mencurigakan.

Adanya dugaan seller "nakal" dengan "oknum" kurir Dilansir dari Kompas.com, Kamis (23/2/2023), Ketua Umum Asosiasi E-Commerce Indonesia (IdEA) Bima Laga mengatakan, pihaknya sudah menjalin komunikasi dengan pihak Tokopedia. Dalam komunikasi itu, Tokopedia mengaku tidak ada kesalahan sistem yang terjadi di dalam platform. "Bisa jadi seller ini nakal dan ada deal di belakang dengan oknum kurir yang bersangkutan. Ini transaksinya yang dikirim hari itu juga (same day)," ujar dia kepada Kompas.com, Rabu (22/2/2023). Menurut Bima, dugaan sementara, penjual yang nakal bekerja sama dengan oknum kurir. Apabila terbukti kasus ini terjadi di luar sistem platform e-commerce, pihak asosiasi tidak dapat bertindak lebih jauh. Terkait dengan keterangan yang viral di laman LinkedIn, Bima mengatakan, Tokopedia menyampaikan bahwa pembeli melakukan aduan setelah uang dicairkan. Sebagai informasi, platform e-commerce memiliki jeda tiga hari sebelum pembeli mengonfirmasi penerimaan barang pesanan.

Kalau persetujuan itu tidak diklik, uang akan dikirimkan secara otomatis kepada penjual. "Komplainnya itu baru masuk, jadi ada jeda tiga hari, sayangnya memang tidak di-klik. Lalu, secara otomatis uang diberikan ke penjual. Itu dari keterangan Tokopedia," jelas dia. Bima menekankan, anggota asosiasi seperti Tokopedia seharusnya sudah memiliki teknologi yang canggih. Meskipun demikian, asosiasi tetap akan menjadikan hal ini sebagai pembelajaran bagi platform e-commerce lainnya untuk memitigasi risiko. "Kami mengajak platform lain untuk menelisik kembali sistem keamanannya. Kalau ada celah, segera diperbaiki supaya tidak terjadi hal yang tidak diinginkan," terang dia. IdEA sendiri percaya adanya kasus ini tidak akan membuat kepercayaan pembeli online terhadap platform e-commerce tergerus. Bima yakin banyak konsumen yang mau mendengarkan dan meneliti kasus ini lebih dalam sebelum mengambil kesimpulan dan penilaian.

"Harus benar-benar melihat semua ini dari dua versi, dua sisi," ujar dia. Tokopedia berjanji akan bersikap kooperatif. Dikutip dari Kompas.com, Bima Laga mengatakan, berdasarkan pembicaraan dengan Tokopedia, pihak Tokopedia berjanji akan kooperatif dan bekerja sama dalam mengungkap kasus ini ketika dibawa ke kepolisian. "Lewat jalur hukum, supaya ada titik terang," kata Bima kepada Kompas.com, Rabu (22/2/2023). "Jadi jika ternyata secara sistem ini baik, itu juga akan memulihkan nama Tokopedia dan platform e-commerce Indonesia. Misal ada kesalahan dalam sistem, tentu akan jadi catatan bahwa butuh perbaikan." Jalur hukum ditempuh sebab Tokopedia mengaku tidak ada kesalahan sistem yang terjadi di dalam platform ketika memproses pesanan tersebut.

Pada Akun tiktok yang dibahas Anita Feng @anita_feng mengatakan pada Tanggal 15 Maret 2023 Tokopedia mengabaikannya dan tidak memberikan solusi apapun pada kasus genteng yang ia beli melalui aplikasi tokopedia tersebut. sehingga Anita Feng langsung menghubungi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yaitu bapak Rizal Ramli untuk membuat laporan terkait penipuan angka yang sangat besar sekali yang hangus di platform Tokopedia dan barang yang ia pesan tidak datang, pada tanggal 8 Maret 2023 seseorang yang bernama

Ibu Lili dari BPKN mengupdate bahwa sudah mengirimkan surat undangan klarifikasi untuk mengundang Tokopedia ke kantor BPKN pada hari Kamis 16 Maret 2023 namun pihak Tokopedia tidak memberikan konfirmasi apapun pada Ibu Lili.

Mengapa hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan, sebab etika bisnis yang dijalankan dalam perdagangan konvensional pun mengalami banyak kendala dan permasalahan. Karena pada masa sekarang kemajuan teknologi, secara otomatis akan memacu perkembangan dalam dinamika kehidupan masyarakat, hadirnya teknologi terbaru membuat masyarakat semakin menginginkan kemudahan dan kecepatan akses dalam menjalankan aktifitas kehidupan.

Penipuan terjadi karena berawal dari kebiasaan dan cara atau prosedur pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Maka itu untuk menjalankan bisnis yang berkelanjutan harus diperlukan upaya pelaku usaha agar memperoleh kepercayaan dari konsumen dalam transaksi e-commerce.

Modal utama dalam melakukan transaksi e-commerce adalah kepercayaan sebab perdagangan secara elektronik ini tidak bertemu antara penjual dan pembeli. Karena transaksi e-commerce dalam menjual barang atau jasa tidak memperlihatkan terlebih dahulu kondisi barang yang dijual kepada konsumen. Keadaan tersebutlah yang memberi kesempatan kepada pelaku usaha untuk menjual barang dan jasa yang kualitasnya tidak sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan, bahkan dalam hal tersebut, konsumen juga tidak mengetahui kredibilitas pelaku usaha yang menjual barang atau jasa yang diberikan, karena perdagangan modern yang mempunyai karakteristik tertentu yaitu tidak bertemunya antara penjual dan pembeli.

Perumusan masalah

1. apakah dalam jual beli e-commerce menerapkan etika bisnis
2. apakah terdapat perbedaan penerapan sistem antara jual beli konvensional dan e-commerce

3. apa pengimplentasian hukum bagi jual beli secara e-commerce

Tujuan

oleh karena itu, pembuatan jurnal ini bertujuan untuk membantu pembaca mengetahui dan memahami apa itu etika bisnis dan bagaimana penerapan etika dalam berbisnis. selain itu untuk membantu pembaca mengetahui bagaimana cara mengatasi ketika terjadi ketidaksesuaian sebagai konsumen.

II. METODE

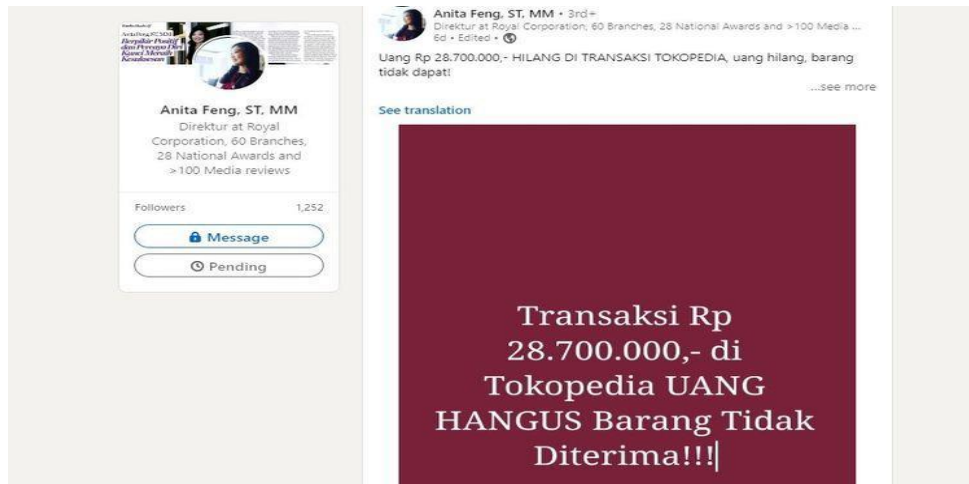
Metode ditulis secara deskriptif dan menggunakan metode kualitatif berdasarkan research data mengenai kelancaran jual beli secara online melalui e-commerce. Metodologi memberikan kemudahan bagi Pembaca terkait langkah apa yang diambil untuk mengatasi masalah penelitian.

Spesifikasi penelitian menggunakan deskriptif analisis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, dalam hal ini menganalisis mengenai pentingnya perlindungan hukum terhadap pengguna bisnis online untuk menemukan bentuk perlindungan hukum terhadap etika bisnis yang relevan dengan perkembangan jual beli. Selain itu dalam penelitian ini akan digambarkan pula fakta dan masalah kebutuhan perlindungan bisnis online yang komprehensif. Selanjutnya akan digambarkan pula berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku baik nasional maupun internasional dihubungkan dengan praktek dari pelaksanaan perlindungan hukum.

III. HASIL

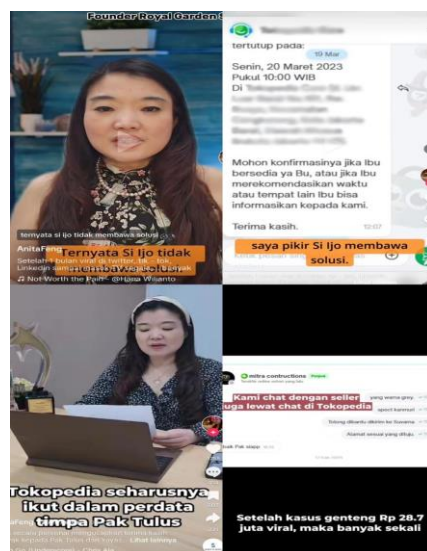
Yang dimaksud perlindungan konsumen adalah upaya untuk mencapai hak-hak pembeli pada saat melakukan transaksi jual beli, akan tetapi pada saat ini masih banyak kasus konsumen yang mengalami permasalahan pada saat melakukan jual beli secara online.

Dengan adanya kemajuan teknologi dan kecanggihannya pasti memiliki sebuah hambatan seperti scamming ingredient atau barang yang disepakati di awal tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Oleh karena itu kita tetap harus mengetahui dan memahami etika bisnis dalam kegiatan jual beli melalui e-commerce.



Anita Feng yang merupakan seorang Konsumen atau pembeli sebagai pengguna platform e-commerce Tokopedia mengalami sebuah kejadian tidak menyenangkan. Anita Feng mengalami penipuan Saat ingin membeli genteng oleh Oknum penjual di toko pedia.

Anita Feng membuat pernyataan di sosial media atas tindakan Penipuan yang dimana telah dilakukan oleh salah satu seller Tokopedia dan meminta pengembalian dana, akan tetapi Anita merasa saat pelaporan melalui platform tersebut dirasa sangat lambat.



Penipuan merupakan praktek yang terdiri dari serangkaian kebohongan dan tipu muslihat yang bertujuan untuk merugikan individu lainnya. Penipuan adalah aksi merampas harta orang lain yang tidak sah.

Tindak pidana Penipuan Diatur dalam Pasal 378 KUHP, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen yang dimana dalam kasus ini Anita Feng mengalami hal tersebut.

Dalam perkembangan industri menyebabkan beberapa hal mengalami perubahan signifikan dalam sektor jual beli. maka dari itu kita selaku konsumen harus lebih teliti dan kritis dalam melakukan kegiatan jual beli yang dilakukan.

Sebagai pembeli berhak mendapatkan sebuah perlindungan dari pihak platform atas kegiatan yang dilakukan karena oknum merupakan salah satu bagian dari pengguna platform (sebagai seller) yang dimana mendapatkan pendapatan yang besar dari seorang konsumen. oleh karena itu pihak aplikasi berhak membantu konsumen dan menindak oknum-oknum yang melakukan kerugian pada konsumen.

Hadirnya E-commerce menjadi salah satu teknologi perdagangan yang baru, Dengan hadirnya teknologi terbaru tersebut seringkali disalah gunakan oleh pihak tertentu untuk mendapatkan keuntungan sepihak. Pihak yang ingin melakukan keuntungan sepihak dan tidak bertanggung jawab tersebut cenderung mengarah ke suatu bentuk kejahatan yaitu penipuan.

Tokopedia tidak melakukan pertanggung jawaban dan mengatakan bahwa pihak tokopedia sebagai korban juga, dalam hal tersebut tokopedia melepas tanggung jawab dan tidak beretika dalam melakukan penipuan tersebut, padahal seharusnya penyedia platform e-commerce bertanggung jawab atas apa yang telah terjadi dalam lingkup mereka, seperti penipuan yang terjadi pada Anita Feng. Platform E-Commerce seharusnya memberikan solusi dan malah adu nasib dengan

Anita Feng, yang dimana seharusnya dalam bisnis online seperti ini pihak tokopedia bertanggung jawab karena termasuk dalam ruang lingkup e-commerce yang sudah tertera.

IV. PEMBAHASAN

Etika merupakan suatu ilmu yang membahas tentang persoalan-persoalan manusia, tindakan atau tindakan yang dianggap baik dan buruk. Etika bisnis mengacu pada pengetahuan tentang prosedur ideal dalam mengatur dan mengelola perusahaan, dengan memperhatikan norma dan moral yang berlaku secara umum. Penggunaan etika bisnis memiliki banyak manfaat, antara lain membangun citra perusahaan yang baik, perusahaan jadi lebih terpercaya, perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan dan membangun budaya atau ciri khas perusahaan.

E-Commerce adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan proses pembelian dan penjualan barang atau layanan melalui internet. Juga, E-commerce adalah istilah yang merujuk kepada berbisnis secara elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik untuk pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.

Kemajuan teknologi membuat orang lebih berkreasi dalam dunia bisnis. Ini dibuktikan dengan banyaknya platform e-commerce, yang ada di Indonesia saat ini. adanya e-commerce memudahkan Masyarakat membeli barang disaat yang dibutuhkan juga dapat membelinya dimanapun berada.

Konsumen adalah Setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang ada dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, disebut sebagai konsumen. Pemakaian barang atau jasa ini tidak bertujuan untuk diperdagangkan.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Karena pada hakikatnya perlindungan konsumen bertujuan untuk memenuhi :

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

Perlindungan konsumen diperlukan untuk menciptakan rasa aman sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan pokoknya.. Kebutuhan untuk melindungi konsumen juga harus obyektif dan adil.. Sebagai landasan penetapan hukum, asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999.

Seorang pengguna platform e-commerce Tokopedia bernama Anita Feng mengalami penipuan. ini bermula ketika Anita Feng melakukan pembelian genteng seharga Rp 28,7 Juta Rupiah dari salah satu seller bernama Mitra contructions diTokopedia. dalam sistem pengiriman barang konsumen memilih menggunakan jasa Pengiriman Sameday menggunakan jasa motor yang tersedia dari Tokopedia.

Namun setelah beberapa saat stastus pengiriman telah selesai tetapi barang yang dikirimkan tidak sampai ke tangan Anita selaku Konsumen. oleh karena itu, Konsumen melaporkan hal tersebut pada pihak Tokopedia.

Setelah di crosscheck pihak tokopedia memberikan penuturan bahwa sistem mereka tidak mengalami permasalahan oleh karena itu disimpulkan bahwa hal tersebut merupakan tindakan Human Error, yang mana setelah di investigasi pihak tokopedia menemukan bahwa seller telah melakukan pengiriman dengan kurir yang tidak seharusnya yang tidak terhubung dengan pihak Tokopedia.

Dalam hal ini, sebagai pihak penyedia jasa atau platform Tokopedia menindak oknum tersebut dengan menon-aktifkan toko tersebut karena dinilai telah melanggar syarat dan ketentuan yang berlaku sebagai penjual dan merugikan konsumen.

Dalam kasus ini pihak tokopedia menyarankan buyer melaporkan ke polisi atas tindak pidana penipuan, tetapi pihak buyer tidak mau dikarenakan pihak buyer menginginkan kasus ini menempuh jalur perdata.

Karena apabila kasus ini ditempuh melalui ranah pidana hak buyer selaku konsumen tidak bisa kembali atau hangus, sedangkan jika kasus tersebut melalui ranah perdata buyer selaku konsumen masih bisa mendapatkan hak nya yaitu dana kembali. sementara itu, untuk menempuh ranah perdata diperlukan andil tokopedia selaku penyedia platform untuk melacak sellernya yang nakal (Mitra contructions) yang sudah melakukan penipuan.

Pertemuan pihak Anita Feng dan Tokopedia pada 20 maret 2023 tidak membuahkan hasil, karena pihak tokopedia dinilai tidak memberikan solusi dan tidak mau mengganti rugi serta menyatakan bahwa pihak mereka juga adalah korban.

Dalam hal ini pihak korban merasa pernyataan tersebut tidak sesuai, karena pada dasarnya untuk sebuah seller mendaftarkan pada sebuah platform e-commerce dibutuhkan verifikasi dan persetujuan yang memenuhi syarat platform tersebut.

Berdasarkan badan perlindungan konsumen nasional “platform e-commerce tidak boleh melepaskan tanggung jawabnya pada pelapak toko yang sudah bergabung di platform mereka itu namanya strict liability, karena sudah masuk ke market place dan sudah di verifikasi”.

Karena tidak mungkin sebuah penjual dapat terdaftar dalam sebuah e-commerce tanpa melalui registrasi dan verifikasi dari pihak platform yang bersangkutan.

Bpkn menyatakan jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan maka e-commerce harus menyiapkan rencana mitigasi termasuk dalam hal penipuan dan platform harus terlibat didalamnya dan tidak bisa melepaskan tanggung jawab itu.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kasus diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis dalam kasus tersebut tidak tercapai, karena platform e-commerce tersebut melanggar asas kebersamaan yang berisi mendorong seluruh pelaku usaha/perusahaan secara bersama-sama dalam kegiatan usahanya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Tetapi dalam hal ini pihak tokopedia lepas tangan, akan hal tersebut. Untuk itu korban pun dapat melaporkan akan hal tersebut berlandaskan Pasal 4 UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen. Selain itu untuk menindak seller yang melakukan penipuan atas jual beli melauli e-commerce korban dapat menuntut berlandaskan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pada kasus tersebut Pihak Tokopedia tidak melakukan kinerjanya dengan baik dan tidak menerapkan asas itikad baik kepada konsumen yang sedang mengalami masalah di platform nya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpah rahmat dan karunia – Nya sehingga jurnal ini dapat terselesaikan. Tak lupa pula penulis mengirimkan salam dan shalawat kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat islam ke jalan baik.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih pada semua sumber – sumber yang telah memberikan informasi mengenai pembahasan yang penulis buat sebagai jurnal, juga rekan – rekan dan dosen pembimbing yang telah membimbing penulis hingga akhirnya jurnal ini bisa terbit dan dibaca oleh semua orang.

DAFTAR REFERENSI

- Kompas.com - 26/02/2023, 21:30 WIB , Kronologi Kasus Pembeli Tak Menerima Pesanan Genteng Senilai Rp 28,7 Juta di Tokopedia
- Jurnal, Saprida, Zuul Ftriani Umani, Ftri Raya, 2023, Legalitas Transaksi Jual beli Online di Indonesia
- Dr. Joseph Teguh Santoso M.com, November 17 2021, Empat manfaat etika Bisnis bagi Perusahaan
- Fepi Patriani, 25 Maret, Penipuan dan Penggelapan
- Teguh Trena Pujaya, 09-09-2019, Ketidakpastian Hukum penggunaan kode unik dalam sistem pembayaran E-Commerce
- Undang – Undang Republik Indonesia No 8 Tahun 1999, Perlindungan Konsumen
- Prof. R. Subekti, S.H. R. Tjitrosudibio, Kitab Undang – Undang Hukum Perdata
- CelinaTri Siwi Kristianti S.H.,M.Hum, November 2008, Hukum Perlindungan Konsumen
- Disperindak, 27 Desember 2021, Perlindungan Konsumen menurut UU Nomor 8 Tahun 1999