

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Konsumen

Az. Nasution menyatakan “Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur serta melindungi kepentingan bagi para konsumen”.¹ Mengatur dan melindungi konsumen agar mereka tidak selalu menderita kerugian dan berada pada posisi yang lemah akibat ulah pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas barang yang di tawarkan atau di perjual belikan. Perlunya perlindungan hukum konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan pelaku usaha. Namun agar tujuan tersebut dapat dicapai, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi yaitu :

1. Hukum perlindungan konsumen harus adil bagi konsumen maupun pelaku usaha, jadi tidak hanya membebani pelaku usaha dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak – haknya untuk melakukan usaha dengan jujur;
2. Aparat pelaksanaan hukumnya harus dibekali dengan sarana yang memadai dan disertai dengan tanggung jawab;
3. Peningkatan kesadaran konsumen akan hak – haknya;

¹ Celina Tri Siwi Kristiyantin, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.

4. Mengubah sistem nilai dalam masyarakat kearah sikap tindak yang mendukung pelaksanaan perlindungan konsumen.²

Perlindungan hukum terhadap konsumen dilakukan sebagai bentuk usaha bersama antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam Pasal 2 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen menyatakan ada 5 asas agar usaha tersebut bisa terselenggara dengan baik yaitu :

1. Asas Manfaat

Asas manfaat ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen, harus memberikan manfaat sebesar – besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan, sehingga tidak akan ada pihak yang merasakan adanya diskriminasi.

2. Asas Keadilan

Asas keadilan dalam perlindungan hukum konsumen ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan diberikan kesempatan kepada konsumen maupun pelaku usaha untuk memperoleh haknya

² Celina Tri Siwi Kristiyantin, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.

masing – masing, dan juga melaksanakan kewajibannya secara adil sehingga tidak memberatkan salah satu pihak.

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan menghendaki agar konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dapat memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan serta penegakan hukum terhadap perlindungan konsumen.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan kepada konsumen didalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang.

5. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen dapat menaati hukum serta memperoleh keadilan didalam penyelenggaraan perlindungan konsumen dan Negara yang memberikan jaminan kepastian hukum.

B. Pengertian Perdagangan

Dagang secara sederhana dapat di artikan perbuatan untuk membeli barang dari suatu tempat untuk menjualnya kembali di tempat lain.³ Dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Perdagangan adalah tatanan kegiatan

³ Zainal Asikin, 2014, *Hukum Dagang*), PT Rajagrafindo Persada, Depok. Hal.2

yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.⁴

Namun kegiatan dagang dalam perkembangannya tidak hanya diartikan sebagai perbuatan untuk membeli barang dari suatu tempat ke tempat yang lain dan bertemunya pembeli dan penjual di suatu tempat untuk memperoleh barang yang diinginkan, tetapi kegiatan transaksi perdagangan juga bisa dilakukan melalui *internet* atau yang biasa dikenal dengan *e-commerce* atau perdagangan elektronik, perdagangan elektronik telah melahirkan revolusi lain, dimana terjadi perubahan cara bisnis dalam penjualan dan pembelian produk dan pelayanan. Undang – undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pada dasarnya sangat mengedepankan kepentingan nasional dan bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari kecurangan yang sering kali dilakukan oleh pelaku usaha dalam perdagangan, undang – undang ini juga bertujuan untuk menjamin hak konsumen yang sering berada pada posisi yang lemah baik transaksi dagang secara langsung maupun transaksi dagang secara elektronik atau secara *online* melalui *instagram*.

Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan mempunyai asas dan tujuan dibentuknya Undang-Undang ini, dalam Pasal 2 dan pasal 3 menyebutkan asas dan tujuannya, yaitu :

⁴ Republik Indonesia, *Undang-Undang tentang Perdagangan*, UU Nomor 7 tahun 2014.

a. Pasal 2 kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas :

- 1) kepentingan nasional;
- 2) kepastian hukum;
- 3) adil dan sehat;
- 4) keamanan berusaha;
- 5) akuntabel dan transparan;
- 6) kemandirian;
- 7) kemitraan;
- 8) kemanfaatan;
- 9) kesederhanaan;
- 10) kebersamaan; dan berwawasan lingkungan.

b. Pengaturan kegiatan Perdagangan bertujuan:

- 1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional;
- 2) meningkatkan penggunaan dan Perdagangan Produk Dalam Negeri;
- 3) meningkatkan kesempatan berusaha dan menciptakan lapangan pekerjaan;
- 4) menjamin kelancaran Distribusi dan ketersediaan Barang kebutuhan pokok dan Barang penting;
- 5) meningkatkan fasilitas, sarana, dan prasarana Perdagangan;
- 6) meningkatkan kemitraan antara usaha besar dan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah, serta

- 7) Pemerintah dan swasta;
- 8) meningkatkan daya saing produk dan usaha nasional;
- 9) meningkatkan citra Produk Dalam Negeri, akses pasar, dan Ekspor nasional;
- 10) meningkatkan Perdagangan produk berbasis ekonomi kreatif;
- 11) meningkatkan perlindungan konsumen;
- 12) meningkatkan penggunaan SNI;
- 13) meningkatkan perlindungan sumber daya alam; dan
- 14) meningkatkan pengawasan Barang dan/atau Jasa yang diperdagangkan.

C. Pengertian *E-commerce*

proses dan transmisi data secara elektronik. Selain itu *Alliance for Global Business*, suatu asosiasi di bidang perdagangan terkemuka mengartikan *e-commerce* sebagai: seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronik sebagai media. Dengan melalui media inilah transaksi bisnis dapat berlangsung dari mulai pengiklanan, perancangan, transaksi dan pengiriman barang.⁵ Menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 pasal 1 ayat (2) Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan atau media elektronik lainnya.⁶

Dengan hadirnya *e-commerce* sebagai alternatif praktis, efisien, cepat dan akurat akan menimbulkan perubahan kegiatan transaksi jual beli dalam perdagangan. Perubahan transaksi jual beli yang awalnya hanya dapat dilakukan dengan pertemuan

⁵ Ade Maman Suherman, 2005, *aspek hukum dalam ekonomi global*, Ghalia Indonesia, Bogor. Hal. 30

⁶ Risman Kisumbang, 2010, *Hukum Bisnis*, Ghalia Indonesia, Bogor. Hal 57

antara kedua belah pihak secara langsung saat ini berkembang menjadi kegiatan yang bisa dilakukan melalui dunia maya tanpa diperlukan pertemuan langsung antara konsumen dan pelaku usaha. Sistem jual beli melalui dunia maya atau secara *online*.

1. Pengertian Pelaku Usaha *Online Shop*

Pelaku usaha dalam UU No.8 tahun 1999 didefinisikan sebagai berikut :

setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dari pengertian yang di uraikan di atas dapat di simpulkan bahwa pelaku usaha *Online shop* adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha secara *online* atau secara *virtual*, dimana hubungan antara pelaku usaha dan konsumen tidak dilakukan secara langsung atau saling bertemunya pelaku usaha dan konsumen yang melakukan transaksi.

Jika dalam dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pengetahuan pelaku usaha masih di batasi oleh wilayah Indonesia, sedangkan pelaku usaha *online shop* bukan hanya berasal dari wilayah Indonesia dan terbatas oleh wilayah wilayah tertentu, tetapi dapat berasal dari luar wilayah Indonesia. Dan

konsumen yang berasal dari wilayah Indonesia sangat di mungkinkan melakukan transaksi *online shop*.

Pelaku usaha *online shop* memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi dengan menciptakan usaha yang memudahkan bagi konsumen untuk membeli barang barang yang di inginkan, salah satunya adalah membeli produk *fashion* dengan cara yang virtual dan tidak sulit. Pelaku usaha *online shop* produk *fashion* khususnya sangat berperan penting bagi para konsumen untuk memudahkan para konsumen untuk berbelanja, pilihan barang yang beragam dan harga yang terjangkau di bandingkan di pusat perbelanjaan menjadi salah satu pilhan bagi konsumen untuk melakukan transaksi *online shop* produk *fashion*.

a. Hak pelaku usaha menurut Pasal 6 UU NO. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

- 1) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

- 5) hak - hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.
- b. Kemudian menurut Pasal 7 UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa Kewajiban pelaku usaha *online shop* yaitu :
- 1) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
 - 2) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
 - 3) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - 4) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
 - 5) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
 - 6) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 - 7) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁷

⁷ Celina Tri Siwi Kristiyant, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen* . Sinar Grafika, Jakarta. Hal 42-43

2. Pengertian Konsumen *Online Shop*

Definisi Konsumen menurut UU No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu :

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Sedangkan Kotler, mendefinisikan Konsumen yaitu "*Konsumen adalah individu dan kaum rumah tangga untuk tujuan penggunaan personal, produsen adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi*".

Dari pengertian konsumen yang telah diuraikan dapat di simpulkan bahwa konsumen *online shop* adalah setiap orang atau individu pengguna jasa atau yang mendapatkan barang atau jasa melalui *online*, guna kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen *online shop* melakukan transaksi jual beli *online* melalui *smartphone*, *computer* atau alat telekomunikasi lain yang tersambung dengan internet.

Konsumen *online shop* terlebih dahulu melihat, membaca dan memilih barang-barang yang di tawarkan oleh pelaku usaha, pelaku usaha menawarkan barang dengan semenarik mungkin melalui *twitter*, *website*, *blackberry messenger*, dan melalui *instagram*. Kemudian konsumen *online shop* melakukan interaksi dengan pelaku usaha secara *virtual* atau tidak secara langsung bertemu dengan pelaku usaha

yang menawarkan barang atau jasa tersebut, tapi konsumen *online shop* berinteraksi dengan pelaku usaha melalui *line*, *wechat*, *whatsapp*, *email*, dan melalui aplikasi *chatting* lainnya yang memudahkan bagi konsumen untuk dapat berinteraksi dengan pelaku usaha.

Dalam interaksi konsumen *online shop* dan pelaku usaha hanya menanyakan detail tentang barang yang di inginkan, konsumen *online shop* tidak dapat menuntut hak untuk mencoba dan melihat barang terlebih dahulu karna interaksi yang dilakukan hanya melalui media *chatting* atau interaksi secara *virtual*. Bila konsumen telah setuju dengan tawaran barang yang dilihat dan konsumen telah sepakat dengan pelaku usaha untuk membeli barang tersebut maka konsumen melakukan pembayaran dengan cara *transfer* melalui *atm*, *bank*, atau melalui internet *banking*.

Setelah melakukan pembayaran, konsumen tidak secara langsung mendapatkan barang yang telah di beli, karena pelaku usaha masih harus mengirimkan barang tersebut melalui jasa ekspedisi pengiriman barang tertentu yang lalu kemudian jasa ekspedisi pengiriman barang memproses pengiriman barang yang telah di beli oleh konsumen *online shop*, konsumen masih harus menunggu beberapa hari untuk kemudia barang baru sampai dan di terima oleh konsumen. Tidak jarang barang yang di terima oleh konsumen online shop tidak sama dengan apa yang di tawarkan oleh pelaku usaha.

Sama halnya dengan pelaku usaha seorang konsumen *online shop* juga tentu mempunyai beberapa hak yang harus di hormati oleh pihak-pihak lain atau pelaku usaha, dan dalam pelaksanaan transaksi elektronik hak konsumen harus diperhatikan lebih. Terkait dengan hak konsumen, dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam sejarah hukum perlindungan konsumen, rumusan hak-hak konsumen sangatlah penting.⁸ Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar dengan berkembangnya persaingan global. Perlindungan konsumen diperlukan dalam persaingan dan banyaknya produk yang diperdagangkan di masyarakat yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah.⁹

Hukum perlindungan konsumen dimaksudkan untuk melindungi konsumen dengan tidak mematikan usaha para pelaku usaha, dalam Pasal 1 UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen adalah kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen¹⁰, bukan hanya memberikan, kepastian hukum kepada konsumen yang melakukan transaksi jual beli secara langsung, namun memberikan kepastian hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli *online*.

⁸ Abdul Halim Barkatullah, 2010, *hak-hak konsumen*, Nusa Media, Badung. Hal 17

⁹ Abdul Halim Barkatullah, 2010, *hak-hak konsumen*, Nusa Media, Badung. Hal 23

¹⁰ Eli Wuria Dewi, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 30

3. Hak Dan Kewajiban Konsumen *Online Shop*

a. Hak hak konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 UU.No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yaitu :

- 1) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa;
- 2) hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 3) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 4) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 5) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;¹¹

Hak konsumen yang paling utama menurut Pasal 4 UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah "*hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ jasa*", hal tersebut di maksudkan bahwa setiap konsumen berhak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa yang aman, nyaman, dan tidak membahayakan keselamatan konsumen. Konsumen juga berhak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, maksudnya adalah konsumen berhak menerima barang yang

¹¹ Eli Wuria Dewi, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 16-17

kualitas dan harganya sesuai dengan yang telah disepakati atau yang telah di perjanjikan antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan atas barang yang di tawarkan oleh pelaku usaha, hal ini dimaksudkan agar pelaku usaha selalu terbuka dan transparan atas informasi kondisi produk serta jaminan atas barang yang di tawarkan oleh pelaku usaha kepada konsumen sehingga konsumen tidak merasa di rugikan karena informasi yang didapatkan tidak sesuai dengan kondisi produk barang yang ditawarkan. Jika terjadi kerugian maka konsumen berhak mendapatkan advokasi, pembinaan, dan juga berhak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen.¹²

Konsumen *online shop* produk *fashion* juga memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, dan benar atas produk atau barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* melalui *instagram*, karena transaksi jual beli dilakukan tidak secara langsung melainkan secara *virtual* melalui *instagram*, sehingga pelaku usaha wajib memberikan informasi dan keterangan yang sejelas-jelas kepada konsumen *online shop* produk *fashion* sebelum terjadinya kesepakatan antara konsumen *online shop* produk *fashion* dan pelaku usaha. Pelaku usaha tidak diperbolehkan mencantumkan kualitas dan kuantitas dan harga barang yang mengelabui konsumen *online shop*

¹² Eli Wuria Dewi, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 17-18

produk *fashion*. Tetapi fakta yang terjadi masih banyak pelaku usaha yang mempersempit informasi tentang barang yang akan di beli oleh konsumen *online shop* produk *fashion*. Salah satu contoh yang kerap terjadi adalah saat konsumen ragu untuk memilih antara barang yang satu dengan barang yang lain dan menanyakan pendapat atas barang tersebut kepada pelaku usaha *online shop*, namun seringkali menutup diri untuk memberikan informasi dan pendapat serta kerterangan atas barang tersebut karena alasan semua informasi tersebut sudah tertera di foto.

Hak atas kenyamanan dan keselamatan terkait dengan transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *intagram*, dalam hal ini pelaku usaha yang melakukan pengiriman barang melalui jasa ekspedisi pengiriman barang harus memastikan bahwa barang yang dikirimkan sampai kepada konsumen tepat waktu dan tidak dalam keadaan cacat atau rusak, pelaku usaha harus memberikan jaminan kepada konsumen bahwa barang yang dikirimkan tidak akan terlambat sampai pada alamat konsumen dan sampai dengan keadaan yang tidak cacat atau rusak, maka pelaku usaha memberikan jaminan berupa nomor resi yang diperoleh dari jasa ekspedisi pengiriman barang, hal ini bertujuan memudahkan kedua belah pihak untuk melakukan pengecekan terhadap barang yang dikirim oleh pihak penyedia jasa pengiriman barang.

- 6) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- 7) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 8) hak hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Konsumen *online shop* produk *fashion* yang melakukan transaksi jual beli melalui *instagram* juga mempunyai hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta diskriminatif, hal tersebut tentunya terkait dengan pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha *online shop* harus ramah dan tidak berusaha mengelabui atau bahkan memberikan informasi yang tidak benar kepada konsumen *online shop* produk *fashion*. Hak seorang konsumen *online shop* produk *fashion* juga yang tidak kalah penting adalah hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti-rugi jika barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ditawarkan dan diperjanjikan oleh pelaku usaha dan konsumen *online shop* produk *fashion*. Konsumen berhak mengajukan complain kepada pelaku usaha *online shop* produk *fashion* apabila barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion*. Contoh bila warna, ukuran dan bahan yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang di cantumkan oleh pelaku usaha.

Dalam UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah menjamin hak konsumen dalam hal mengajukan pendapat tentang keluhan dan ganti

rugi apabila barang yang di terima tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Namun pelaku usaha umumnya hanya menerima keluhan dan membuka kesempatan ganti-rugi dalam waktu satu kali duapuluh empat jam sejak barang diterima oleh konsumen. Tentu saja ini melanggar hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 19 ayat (3) UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen bahwa pemberian ganti-rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.¹³

b. Kewajiban konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yaitu :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/ atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/ atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

c. Hak Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

¹³ Eli Wuria Dewi, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 184

Pasal 4 angka 3 menyebutkan konsumen antara lain memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi dan barang atau jasa. Karena seringkali perdagangan elektronik secara *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* memiliki kemungkinan terjadinya kecurangan yang dilakukan para pelaku usaha karena dalam transaksi elektronik ini pelaku usaha dan konsumen tidak bertemu secara langsung, maka pasal ini menjelaskan tentang kewajiban para pihak untuk memberikan informasi yang jelas, benar, dan jujur dengan harapan dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.

Selanjutnya konsumen memiliki hak untuk mendapatkan itikad baik dari pelaku *online shop*. Dalam Pasal 17 angka (2) menyebutkan bahwa “*Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung*”

d. Hak konsumen *online shop* menurut undang undang Nomor 7 Tahun 2014 Pasal 65 ayat (1) Menyebutkan “*Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar*”

Pasal ini dirumuskan bahwa pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi konsumen *online shop* produk *fashion* yang melakukan transaksi jual beli melalui *instagram* dalam memilih barang. Standar umum mengenai

informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan – keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan dan kualitas barang.

4. Pelanggaran Hak Konsumen *Online Shop* Produk *Fashion*

Perdagangan melalui media *online* selain memberikan banyak kemudahan dan peluang baik bagi konsumen maupun pelaku usaha *online shop*, di sisi lain juga memberikan beberapa dampak negatif diantaranya :

- a) Kerugian yang diakibatkan oleh perilaku pelaku usaha yang dengan sengaja tidak bertanggungjawab dan merugikan konsumen, seperti adanya ketidaksesuaian barang yang diinginkan dengan barang yang diterima oleh konsumen, karena dalam sistem jual beli *online shop* melalui *instagram* konsumen hanya dapat melihat barang yang diinginkan melalui foto dan iklan yang ada di akun *instagram* pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan.
- b) Adanya ketidakjelasan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha *online shop* kepada konsumen.

Persoalan-persoalan seperti ini tidak dapat sepenuhnya diselesaikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena Pasal 1 angka tiga (3) Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa :

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbetuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

Perkembangan transaksi elektronik melahirkan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dengan konsumen. Konsumen tidak memiliki proteksi yang terorganisir dengan baik yang menyebabkan posisi konsumen menjadi lemah dibandingkan dengan pelaku usaha *online shop*. Pelaku usaha *online shop* kerap kali mencantumkan kontrak baku, kontrak baku tersebut disusun oleh pelaku usaha *online shop* secara sepihak sehingga menutup kemungkinan konsumen untuk melakukan negosiasi dengan pelaku usaha. Pelanggaran terhadap hak konsumen juga disebabkan oleh faktor sikap pelaku usaha *online* yang sering memandang konsumen sebagai pihak yang mudah di eksploitasi dan di pengaruhi terhadap barang atau produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha *online shop*.

5. Faktor-Faktor yang Melemahkan Posisi Konsumen *Online Shop* Produk *Fashion*

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa konsumen kerap berada dalam posisi yang lemah atau tidak seimbang dengan pelaku usaha. konsumen hanya menjadi objek, yang tidak mempunyai kekuatan mandiri untuk melakukan sesuatu jika dihadapkan pada situasi yang sulit atau sesuatu yang merugikan konsumen yang disebabkan oleh ulah pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab. Ada beberapa faktor yang menyebabkan posisi konsumen menjadi lemah yaitu :

a. Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya

- b. Belum terkondisikannya “masyarakat konsumen” karena memang sebagian masyarakat masih ada yang belum mengetahui tentang apa saja hak-haknya dan kemana hak-haknya dapat disalurkan jika mendapatkan kesulitan atau kekurangan dari standar barang atau jasa yang sewajarnya
 - c. Belum terkondisikannya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan untuk menuntut hak-haknya
 - d). Posisi konsumen yang selalu lemah
 - e) Dan proses peradilan yang sulit dan memakan waktu yang berkepanjangan.¹⁴
6. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha *Online Shop* Kepada Konsumen *Online Shop*

Transaksi jual beli *online shop* melalui *instagram* merupakan transaksi yang dapat dipertanggungjawabkan meskipun dilakukan secara tidak bertatap muka atau secara *virtual*. Kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen *online shop* produk *fashion* terjadi saat konsumen menerima barang yang dipesan dimana produk yang diterima sama dengan produk atau barang yang dipesan oleh konsumen.

Transaksi elektronik yang dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen *online shop* produk *fashion* terjadi apabila ada kesepakatan pada kontrak elektronik. Kontrak elektronik dapat dijadikan sabagai alat bukti apabila terjadi pelanggaran hak salah satu pihak.

¹⁴ Happy Susanto. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Transmedia Pustaka. Jakarta Selatan. Hal 29-30

Dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen disebutkan mengenai tanggungjawab pelaku usaha yaitu :

- a) Pelaku usaha bertanggungjawab memeberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dam/ atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
- b) Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c) Penggantian ganti rugi dilakukan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.¹⁵

Dan apabila konsumen *online shop* produk *fashion* dalam melakukan transaksi jual beli melalui *instagram* merasa dirugikan karena produk yang di tawarkan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan apa yang diterima, konsumen *online shop* mempunyai hak untuk mengajukan gugatan. Pasal 38 ayat (1) Undang – undang Nomor 11 “*Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian*”

¹⁵ Eli Wuria Dewi, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 184

Pasal 51 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan mengenai kewajiban para pihak dalam suatu transaksi yaitu :

- a) Pemberian data dan informasi yang benar ; dan
- b) Ketersediaan sarana dan layanan serta penyelesaian pengaduan

Berdasarkan Pasal tersebut maka dengan jelas pelaku usaha wajib memberikan kesempatan bagi konsumen dalam melakukan pengaduan. Hal ini merupakan tanggungjawab yang harus dilakukan untuk memenuhi kewajiban pelaku usaha, pertanggungjawaban pelaku usaha *online shop* kepada konsumen harus sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat oleh kedua belah pihak.

Pemerintah telah melahirkan Undang – undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang telah mengatur dengan tegas tentang hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, Undang – undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan mengatur sektor perdagangan secara menyeluruh yang meliputi perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, perdagangan perbatasan, standardisasi, dan juga mengatur tentang Perdagangan melalui sistem elektronik dengan tujuan agar memberikan perlindungan dan pengamanan dalam transaksi perdagangan khususnya perdagangan *online*, dan pemerintah juga telah melahirkan Undang – undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hal ini harus dipahami dan dilaksanakan secara tegas untuk menjamin

proses kelancaran perdagangan khususnya pada perdagangan *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram*.

D. Peran Pemerintah Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Produk *Fashion* (dalam Negeri) Melalui *Instagram*

Masyarakat akan selalu membutuhkan barang dan jasa yang mereka konsumsi. Pelaku Usaha akan selalu terus berinovasi untuk mendapatkan keuntungan, mencari peluang dengan menciptakan solusi. Kepentingan Pemerintah disini adalah memastikan agar kepentingan konsumen terlayani dengan baik, tanpa harus membatasi kreativitas Pelaku Usaha¹⁶. Kewajiban pemerintah untuk melakukan pengawasan dan perlindungan tercantum dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 40 ayat 2, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Pasal 67 ayat 1 dan 2 kemudian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 30 ayat 1.

Dalam Pasal 40 ayat 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa “*Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan*”. Perlindungan oleh pemerintah terlihat dalam ayat 3, 4, dan 5 dimana apabila disimpulkan bahwa Instansi yang memiliki data elektronik yang strategis wajib membuat cadangan (*back up*)

¹⁶ <http://strategihukum.net/>. *Peran Pemerintah Dalam Mengatur Bisnis Jasa Berbasis Teknologi Aplikasi*. (Diakses 3 Maret 2017 Pukul 22 : 22)

terhadap data elektronik tersebut dengan tujuan untuk kepentingan perlindungan data apabila terjadi kerusakan, kehilangan atau serangan terhadap data elektronik tersebut. Lalu Pasal 67 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan menyebutkan bahwa “*pemerintah menetapkan kebijakan perlindungan dan pengamanan perdagangan, penetapan kebijakan perlindungan dan pengamanan perdagangan yang dimaksud ayat 1 dilakukan oleh menteri*” Kemudian dalam Pasal 30 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen menyebutkan bahwa “*Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan Perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat*”. Pelaksanaan terhadap ketentuan ini lebih banyak dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat misalnya oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

E. Mekanisme Transaksi Jual Beli *Online Shop*

1. Pengertian Internet

sebelum membahas *instagram* sebagai media transaksi jual beli *online* yang menggunakan jasa internet, perlu pemahaman tentang arti internet. Internet di artikan sebagai berikut :

Internet adalah jaringan internasional dari jaringan. Internet merupakan jalur informasi dunia dan juga merupakan sumber informasi dari berbagai macam server dalam jaringan. Internet memungkinkan jutaan komputer terhubung satu sama lain

menawarkan jaringan global. ¹⁷Internet mampu mempengaruhi hampir di semua sektor bisnis. Dari mulai perusahaan– perusahaan skala besar hingga *online shop* pun memanfaatkan internet untuk branding produk, pemasaran, penjualan produk atau fungsi bisnis lainnya. ¹⁸Semakin banyak nya masyarakat yang memanfaatkan internet sebagai media untuk bertransaksi jual beli maka semakin banyak pula pelaku usaha yang memanfaatkan internet sebagai media untuk berbisnis dan menawarkan berbagai produk, salah satunya dengan berbisnis *online shop* produk *fashion* melalui *instagram*.

2. *Instagram*

a) Fenomena *Online Shop* di *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya keberbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri¹⁹. Setelah sukses menjadi media sosial yang memiliki banyak penggemarnya, *instagram* tidak hanya berfungsi untuk mem-*posting* foto diri sendiri aja, namun sudah banyak pelaku usaha yang memanfaatkan *instagram* sebagai media untuk menawarkan dan memasarkan berbagai macam produk dan barang seperti salah satunya produk *fashion*. walaupun secara garis besar aplikasi *instagram* bukanlah aplikasi yang khusus diperuntukan sebagai media untuk bertransaksi jual beli secara *online* seperti *lazada*, *zalora*,

¹⁷ Kamlesh K Bajaj, 2000, *E-Commerce*, PT. Akana Press, Surabaya. Hal 18-19

¹⁸ Rifqi Nugroho Adi, *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pre order secara online*

¹⁹ Sara, Maria Kartini, 2016, *Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Terhadap Manfaat Instagram Sebagai Media Online Shop*

shopee dan aplikasi lain yang memang aplikasi khusus menjual produk-produk *fashion* secara *online*. Namun semakin tumbuh suburnya akun-akun baru yang menjual produk melalui *instagram*, menunjukkan betapa besarnya hasrat jual beli *online* di kalangan masyarakat. Terutama masyarakat Indonesia akhir-akhir ini. Jual beli *online* seakan-akan telah menjadi *trend* yang berkembang di masyarakat. Sistem sosial dalam *instagram* adalah dengan menjadi pengikut (*followers*) di akun *instagram* tersebut dan memberikan tanda suka (*like*) di foto yang di *share* oleh pemilik akun tersebut. Jumlah pengikut (*followers*) dan tanda suka (*like*), menjadi unsur yang sangat penting untuk mempengaruhi pelanggan, apakah akun *instagram* atau pelaku usaha tersebut dikategorikan populer atau tidak. Dua hal inilah yang harus di miliki oleh pelaku usaha di akun *instagram* nya, agar konsumen tertarik dan meminat untuk melakukan transaksi.²⁰

b) Produk *Fashion* di *Instagram*

Instagram kini tak hanya berisikan tentang posting gambar kehidupan sehari-hari atau sekedar *update* info terkini. Namun saat ini sudah menjadi *Instagram* sebagai salah satu pilihan yang menarik bagi kosumen untuk berbelanja *online*, *online shop* pun beragam, salah satu bisnis *online shop* yang banyak ditemui di Indonesia adalah *online shop* yang menjual produk *fashion* seperti baju, jam tangan, sepatu, dan hijab. Banyak keuntungan yang di peroleh oleh konsumen ataupun pelaku usaha

²⁰ Dian Innes Anjaskara, 2016, *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Melalui Instagram*, Skripsi, Universitas: muhammadiyah Yoyakarta.

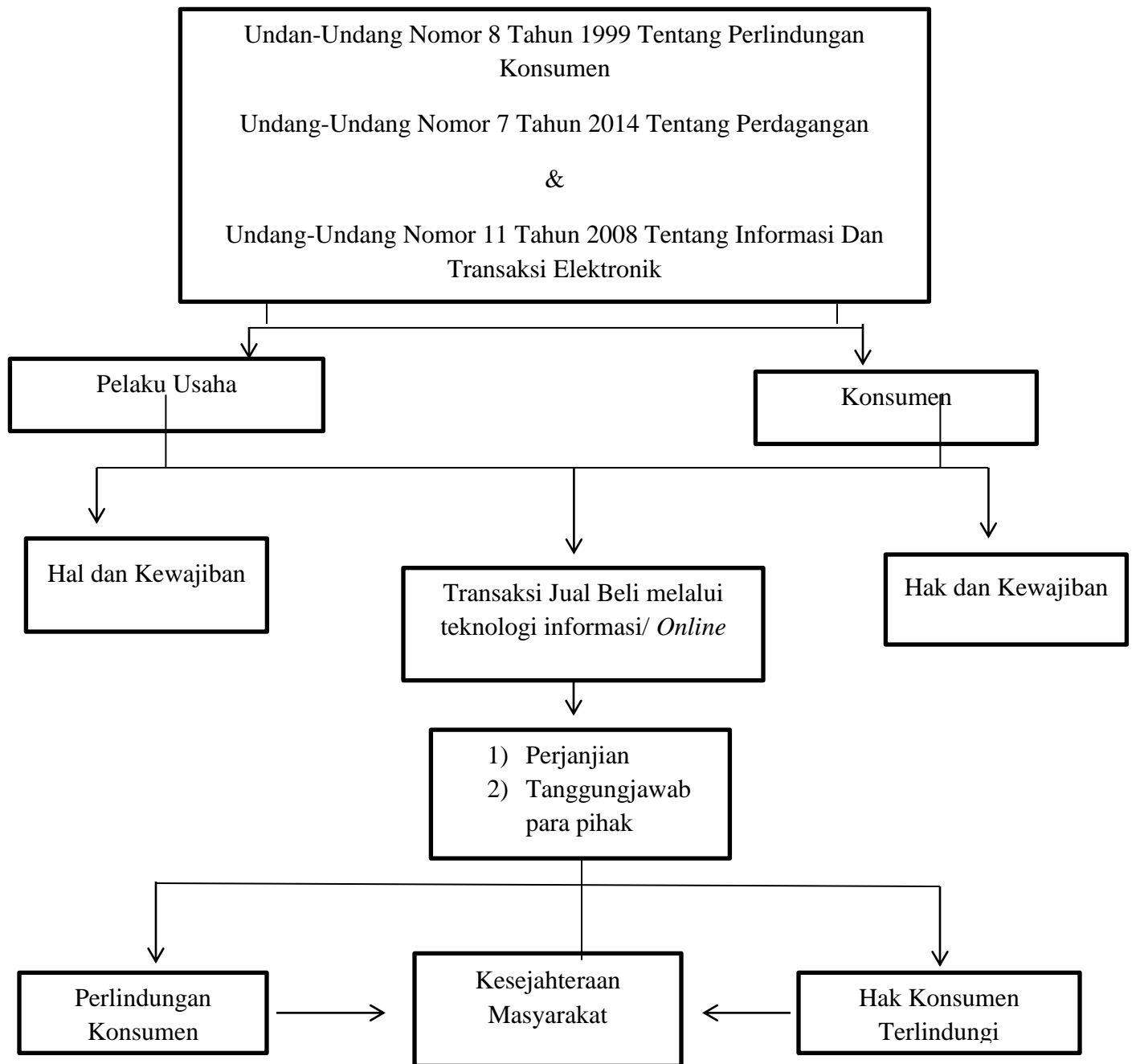
online shop produk *fashion* dari bisnis *online shop* produk *fashion*, mengingat penduduk Indonesia yang banyak sehingga kebutuhan *fashion* juga besar.

Keuntungan yang diperoleh oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* adalah pelaku usaha *online shop* dapat lebih mudah untuk memasarkan atau menawarkan barang-barang yang akan dijual karena menggunakan internet, pelaku usaha *online shop* dapat menghemat biaya dan waktu karena pelaku usaha tidak perlu menyewa tempat untuk memasarkan atau menawarkan barang yang dijual, tidak ada batasan waktu bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang yang dijual karena pelaku usaha dapat menawarkan barang bisa kapan saja dan dimana saja.

Keuntungan yang di peroleh bagi konsumen *online shop* melalui *instagram*, antara lain; Para konsumen dapat lebih menghemat waktu, karena konsumen dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja, Para konsumen memiliki lebih banyak pilihan, pilihan akan melakukan transaksi dengan pelaku usaha yang mana dan memilih barang yang mana yang di inginkan karena *isntagram* menawarkan banyak pilihan pelaku usaha dan pilihan barang, Konsumen juga tidak dibatasi waktu untuk melakukan transaksi, konsumen bisa melakukan transaksi dengan pelaku usaha kapan saja.

F. Unsur yang Saling Terkait dalam Transaksi Jual Beli *Online Shop* Produk *Fashion*

Dalam transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* ada beberapa unsur yang saling terkait, berikut ini akan dijelaskan dengan bagan :



Keterangan :

Pelaku usaha dan konsumen merupakan pihak yang berperan dalam terjadinya transaksi *online shop*, pelaku usaha dan konsumen masing-masing memiliki hak dan kewajiban dalam transaksi jual beli *online* melalui *instagram*, *lazada*, *zalora*, *shopped* dan aplikasi *online* lain yang dijadikan media untuk melakukan transaksi jual beli *online* yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tertang Perdagangan dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen ini harus dilaksanakan sesuai dengan undang undang. Pelaku usaha dan konsumen dalam hal ini melakukan perjanjian secara *online*, konsumen akan menghubungi langsung pelaku usaha melaui media *chatting* untuk memastikan apakah barang yang diinginkan oleh konsumen benar-benar ada , kemudian konsumen menyanyakan tentang spesifikasi barang yang akan dibelinya, jika konsumen setuju maka konsumen akan melakukan perjanjian atau kesepakatan terhadap barang yang diinginkan. Kegiatan jual beli secara *online* meskipun dilakukan melalui media internet atau secara *virtual* tetapi kegiatan ini adalah merupakan perbuatan hukum yang nyata. Maka para pihak yang terkait dalam transaksi jual beli secara *online* ini masing-masing harus mempunyai tanggungjawab. Para pihak yang terkait dan mempunyai tanggungjawab dalam transaksi jual beli secara *online* antara lain :

1. Pelaku usaha / Penjual sebagai pihak yang menawarkan produk secara *online* melalui *instagram*,

2. Konsumen / Pembeli sebagai pihak yang menerima produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha, seorang konsumen memiliki kewajiban dan tanggungjawab untuk membayar harga barang yang telah dibelinya dari pelaku usaha sesuai dengan jenis barang dan harga yang telah disepakati antara konsumen dan pelaku usaha, selain itu konsumen wajib mengisi data informasi identitas diri yang sebenarnya dalam formulir penerimaan atas kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha
3. *Instagram* adalah media yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menawarkan dan mempromosikan produk nya kepada konsumen, *instagram* dalam hal ini tidak mempunyai tanggungjawab khusus yang diberikan kepada konsumen yang melakukan transaksi jual beli secara *online* melalui *instagram*, karena *instagram* sebenarnya memang bukan media yang secara khusus diperuntukan sebagai media jual beli secara *online*. Dalam transaksi jual beli secara *online* melalui *instagram*, adanya pihak ketiga yaitu pelaku usaha yang mendaftar dan menjual produk dimedia *instagram*. Setiap transaksi atau kesepakatan atas penjualan produk pelaku usaha *online shop* kepada konsumen adalah kesepakatan atau perjanjian yang dibuat langsung oleh konsumen dan pelaku usaha *online shop* (pihak ketiga) yang hanya mengikat antara konsumen dan pelaku usaha. *Instagram* hanya memiliki kebijakan *Privasi* untuk semua pengguna *instagram*, dalam hal ini *instagram* memantau, menyaring atau mengontrol setiap kegiatan penggunaannya, *instagram* akan meminta informasi dan data dari semua pengguna media *instagram*. Jika pengguna menolak untuk memberikan atau

mengungkapkan informasi atas data tersebut atau jika pengguna memberikan informasi tidak akurat, menyesatkan, dan memiliki unsur penipuan maka instagram akan segera menghapus akun *instagram* yang tidak sesuai dengan kebijakan privasi yang diberikan oleh *instagram* tadi.

4. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan internet, dalam hal ini *provider* memiliki tanggungjawab untuk menyediakan layanan akses 24 jam kepada konsumen untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*, melalui media *instagram*.
5. Bank sebagai pihak penyalur dana dari konsumen kepada pelaku usaha, karena transaksi jual beli dilakukan secara virtual sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara yaitu Bank. Bank sebagai perantara dalam transaksi jual beli secara *online*, berkewajiban dan bertanggungjawab memberikan keamanan kepada konsumen dalam pembayaran suatu produk dari konsumen yang berkeinginan membeli suatu produk dari pelaku usaha secara *online* karena konsumen dan pelaku usaha berada pada tempat yang saling berjauhan maka pembeli yang bersangkutan harus menggunakan bank untuk melakukan pembayaran atas harga produk yang telah dibelinya.

Jika pihak-pihak dalam transaksi jual beli secara *online* melalui *instagram* sudah memiliki tanggungjawabnya masing-masing, maka dalam hal ini diharapkan akan tercipta suatu perlindungan konsumen yang menjamin pemenuhan hak konsumen agar terwujudnya kesejahteraan dalam masyarakat.