



**TANGGUNG JAWAB DROPSHIPER DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DENGAN CARA DROPSHIP DITINJAU DARI UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Bima Prabowo\*, Ery Agus Priyono, Dewi Hendrawati  
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro  
E-mail : [bimbima\\_prabowo@yahoo.com](mailto:bimbima_prabowo@yahoo.com)

**Abstrak**

Teknologi informasi telah berkembang pesat, dan mempengaruhi beberapa aspek dalam kehidupan manusia termasuk dalam transaksi jual beli. Transaksi jual beli selain dapat dilakukan secara konvensional, dapat juga dilakukan melalui online. Transaksi online memungkinkan penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Perkembangannya muncul suatu sistem jual beli baru yang dinamakan dropship. Transaksi dengan cara dropship memungkinkan *dropshiper* dalam bertransaksi tidak mempunyai barang secara fisik melainkan hanya mengiklankan saja dan pengiriman barang dilakukan oleh supplier secara langsung kepada konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka perlu dibahas mengenai sejauhmana tanggung jawab *dropshiper* apabila konsumen mengalami kerugian dalam transaksi online dengan sistem *dropship*.

Kata kunci : *E-Commerce, Dropship, Perlindungan Konsumen*

**Abstract**

*Information technology has developed rapidly. It has affected several aspects of human life, including the sale and purchase transactions. Sale and purchase transactions not only can be done conventionally but also can be done via online. Online transactions allow sellers and buyers do not meet directly. These online transactions called dropship. Dropship consent to the dropshiper in the transaction may not have the physical goods. Expressively the dropshiper only advertises the goods. Furthermore, the delivery of goods carried by suppliers directly to consumers. Based on the description above, it needs to be discussed about the extent of responsibility of dropshiper, if the consumers suffer losses in an online transaction with dropship system*

*Keywords : E-Commerce, Dropship, Consumer Protection*

**I. PENDAHULUAN**

Hadirnya masyarakat informasi (*information society*),<sup>1</sup> yaitu masyarakat yang melakukan kegiatan distribusi, penggunaan, dan manipulasi informasi dalam aktivitas Ekonomi, Politik, dan Budaya secara

signifikan.<sup>2</sup> Salah satu agenda penting masyarakat dunia pada milenium ketiga, antara lain ditandai dengan pemanfaatan internet yang semakin meluas dalam berbagai aktivitas kehidupan manusia, bukan saja di negara – negara maju tapi juga di negara – negara berkembang

<sup>1</sup> Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo. 2006. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 1.

<sup>2</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat\\_informasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat_informasi), diakses 28 Januari 2016

seperti indonesia.<sup>3</sup> Hal tersebut memiliki dampak kepada kehidupan manusia sehari - hari seperti untuk kebutuhan komunikasi, pencarian informasi, transaksi perdagangan dan keperluan manusia lainnya.

*E-Commerce* merupakan suatu proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer, yaitu internet. *E-Commerce* memiliki beberapa karakteristik, yaitu terjadinya transaksi antara dua belah pihak; adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan menggunakan media internet. Semua jenis transaksi pada *e-commerce* dilakukan tanpa adanya tatap muka antara pihak penjual dan pembeli, sehingga yang menjadi dasar dari transaksi *e-commerce* adalah kepercayaan satu sama lain.<sup>4</sup>

Jual beli secara konvensional mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung<sup>5</sup> seperti jual beli yang dilakukan pedagang dengan konsumen di pasar tradisional pada umumnya, tetapi setelah berkembangnya teknologi dengan adanya internet penjual dapat menawarkan barang yang dijualnya hingga tempat yang jauh dan tidak perlu bertemu langsung dengan para konsumen. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua, karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia,

sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum.<sup>6</sup>

Reseller dan dropshipping adalah konsep yang sangat penting di dunia ecommerce di mana penjual tidak harus menyediakan / memproduksi barang yang mereka jual.<sup>7</sup> Pada kerjasama berbentuk *dropship* ini *supplier* bekerjasama dengan *reseller*, dan *reseller* tersebut tidak perlu memiliki stok untuk berjualan.<sup>8</sup> *Reseller* hanya perlu menjajakan spesifikasi produk yang akan dijual seperti, foto, deskripsi produk dan harga yang di promosikan di blog, facebook, forum, BB group dan sebagainya.<sup>9</sup> Konsumen yang tertarik dan ingin membeli produk kemudian menghubungi penjual sebagai *reseller* dan *reseller* hanya perlu membeli kembali produk tersebut pada *supplier* dan *supplier* langsung mengirim produk yang di pesan kepada konsumen atas nama *reseller*.<sup>10</sup>

Permasalahan lain selanjutnya yang dapat timbul akibat sistem kerjasama *dropship* diantaranya

---

<sup>6</sup> Ahmad M Ramli, 2010. *Cyber Law & HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung: Refika Aditama, hlm. 1.

<sup>7</sup> Rein Mahatma, <http://startupbisnis.com/daftar-toko-online-yang-menerima-reseller-dan-dropship-untuk-market-indonesia/>, diakses 11 April 2016

<sup>8</sup> Tips Wirausaha, <http://www.tipswirausaha.com/post/read/398/tips-berjualan-dengan-cara-dropship.html>, diakses 25 Januari 2016

<sup>9</sup> Tips Wirausaha, <http://www.tipswirausaha.com/post/read/398/tips-berjualan-dengan-cara-dropship.html>, diakses 25 Januari 2016

<sup>10</sup> Tips Wirausaha, <http://www.tipswirausaha.com/post/read/398/tips-berjualan-dengan-cara-dropship.html>, diakses 25 Januari 2016

---

<sup>3</sup> Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, op. cit, hlm 1.

<sup>4</sup> Asnawi, Haris Faulidi. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, hlm. 15-17.

<sup>5</sup> Weildrie E.R, [http://www.academia.edu/16932883/Naskah\\_Essay](http://www.academia.edu/16932883/Naskah_Essay), diakses 26 Januari 2016

dalam hal yang terkait dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan.<sup>11</sup> Dengan adanya hal tersebut maka dibuatlah Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen salah satu tujuannya yaitu untuk memberikan hak – hak kepada konsumen apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka ditarik permasalahan yang dapat diteliti dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan hukum antar pihak dalam transaksi *e-commerce* dengan cara *dropship*?
2. Bagaimana tanggungjawab *dropshipper* saat terjadi kerugian dalam transaksi *e-commerce* dengan cara *dropship* ?

## II. METODE

Dalam tulisan ini metode pendekatan yang digunakan adalah metode pendekatan yuridis empiris. Metode pendekatan yuridis empiris adalah cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan meneliti data-data primer yang ada di lapangan.<sup>12</sup>

Dalam penulisan hukum ini, diperlukan data dari pihak *supplier*

yaitu Murahsenang.com, Lapak Buff dan dari pihak *reseller* yang menggunakan kerjasama secara *dropship* yaitu Ninety Four Gadget, serta dari pihak konsumen yaitu Aditama Setya Oleh karena itu perlu dilakukan pencarian informasi melalui wawancara dengan para narasumber.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hubungan Hukum Antar Pihak dalam Transaksi *E-Commerce* dengan Cara *Dropship*

#### 1. Gambaran Umum Tentang Perjanjian Jual Beli Secara Online

Transaksi jual beli secara *online* (*e-commerce*) tidak terlepas dari konsep jual beli secara mendasar yang tercantum dalam Pasal 1457 KUH Perdata yang menjelaskan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Transaksi atau jual beli secara *online* (*e-commerce*) tidak jauh berbeda dengan proses jual beli konvensional. Perbedaan yang mencolok antara transaksi jual beli konvensional dengan jual beli *online* adalah pada jual beli konvensional pembeli dan penjual bertemu dan bertatap muka secara langsung dan pada jual beli secara online penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung melainkan dilakukan

<sup>11</sup> Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, op. cit, hlm. 4.

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1986), hlm. 10.

secara electronic atau lewat jejaring internet. Pada dasarnya, transaksi jual beli *online* (*e-commerce*) sama dengan transaksi jual beli pada umumnya, di mana terjadinya kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan serta harga atas barang atau jasa tersebut.

Penerapan KUH Perdata mengenai perjanjian dapat dianalogikan pengaturannya pada perjanjian jual beli secara online, karena di KUH Perdata sendiri tidak diatur secara khusus mengenai perjanjian jual beli secara online. Transaksi secara online juga diatur dalam Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 1 ayat (2) Undang – Undang ITE menyebutkan bahwa Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Pasal 1313 KUH Perdata berbunyi: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana suatu satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”

Rumusan pasal 1313 KUH Perdata tersebut menjelaskan bahwa dalam suatu perjanjian paling sedikit terdapat dua pihak yang terlibat. Para pihak dalam perjanjian tersebut saling terikat

dalam melakukan hal yang telah diperjanjikan.

Seperti layaknya perjanjian pada umumnya, perjanjian jual beli online dapat tercapai jika syarat – syarat sahnya suatu perjanjian sudah terpenuhi. Syarat sahnya suatu perjanjian tersebut adalah yang tercantum dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu:

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan diri
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian
- c. Suatu hal tertentu
- d. Sebab yang halal

Unsur pertama dan kedua yaitu kesepakatan dan kecakapan merupakan syarat subyektif suatu perjanjian, sedangkan unsur ke tiga dan keempat yaitu suatu hal tertentu dan sebab yang halal merupakan syarat objektif perjanjian.<sup>13</sup> Tidak dipenuhinya syarat subyektif dalam perjanjian menyebabkan perjanjian tersebut dapat dibatalkan, sementara apabila syarat objektif tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum.<sup>14</sup> Berdasarkan pembahasan di atas, jika keempat syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata dipenuhi dalam perjanjian jual beli secara *online* dengan sistem dropship maka telah terjadi

<sup>13</sup> Subekti, 2004. *Hukum Perjanjian Cetakan ke XX*, Jakarta: PT Intermedia, hlm. 17.

<sup>14</sup> Achmad Busro, 2012. *Hukum Perikatan Berdasarkan Buku III KUH Perdata*, Yogyakarta: Pohon Cahaya, hlm. 93.

perjanjian diantara mereka yang menimbulkan hubungan hukum yang berakibat timbulnya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak.

Transaksi *online* dalam *e-commerce* memiliki banyak tipe dan variasi yaitu:<sup>15</sup>

- a. Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*;
- b. Transaksi melalui email;
- c. Transaksi melalui web atau situs.

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* berupa penawaran sesuatu secara interaktif melalui internet. *Chatting* dilakukan melalui tulisan sedangkan *video conference* dilakukan dengan media elektronik, dimana seseorang dapat melihat langsung gambar dan suara pihak penjual yang melakukan penawaran dengan alat tersebut.

Transaksi melalui email dapat dilakukan dengan mudah, syaratnya kedua belah pihak harus memiliki email *address*. Sebelum melakukan transaksi *customer* harus mengetahui *email address* yang dituju, jenis barang, dan jumlah yang akan dibeli. Tahap selanjutnya, *customer* menuliskan nama produk dan jumlah produk yang akan dibeli, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan, selanjutnya

*customer* akan menerima *invoice* atau konfirmasi dari *merchant* mengenai produk yang dipesan.

Transaksi melalui web atau situs yaitu dengan cara *merchant* menyediakan katalog barang yang dijual lengkap dengan deskripsi mengenai produk tersebut dalam web khusus yang telah dibuat sebelumnya. Model transaksi ini dikenal dengan istilah *order form* dan *shopping chart*.

## 2. Sekilas Tentang Dropship

Menjalankan bisnis online memungkinkan terjadinya transaksi penjual dengan pembeli meski tidak bertatap muka secara langsung. Konsumen saat bertransaksi membutuhkan informasi produk dan adanya kepastian bahwa pesannya akan diterima sesuai permintaan.

*Dropship* mirip dengan metode penjualan secara eceran, tetapi pihak pengecer yang tidak perlu menyimpan atau memiliki produk secara fisik. Pengecer tersebut yang kemudian disebut sebagai *dropshipper* (*reseller dropship*) bekerjasama dengan *supplier* yang akan memasok produk yang dijual oleh pihak *dropshipper*. Pihak *supplier* nantinya yang akan mengirim langsung kepada pembeli.

Hal yang menarik dari sistem *dropship* ini adalah ketidaktahuan calon pembeli bahwa ia sedang bertransaksi online dengan *dropshipper* yang

<sup>15</sup> Asnawi Haris Fuadi, 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, hlm. 28.

sebenarnya tidak memegang produk secara fisik. Transaksi seperti ini menjadi mungkin pada saat transaksi secara *online* karena pihak pembeli dan penjual tidak bertatap muka secara langsung. Hasil wawancara dengan pihak konsumen yaitu Aditama dari pengalamannya beberapa kali membeli barang secara online dia hanya menanyakan letak toko saja dan tidak menanyakan apakah pengiriman barang dikirim sendiri dan langsung dari penjual atau tidak. Sehingga aditama tidak mengetahui secara jelas apakah ia bertransaksi dengan *dropshipper* atau tidak.<sup>16</sup>

### 3. Skema Transaksi Online dengan Sistem *Dropship*



Keterangan:<sup>17</sup>

- Reseller (dropshipper) mengiklankan produk supplier ke berbagai media sosial atau toko online yang telah dibuat. Gambar – gambar dan keterangan yang berkaitan dengan produk

- yang di iklankan didapat dari pihak supplier.
- Pembeli (konsumen) kemudian melihat iklan penjualan barang dari *reseller dropship* di berbagai media sosial.
- Konsumen yang tertarik untuk membeli kemudian melakukan *order* (pesan) ke pihak *reseller dropship*. Setelah melakukan pemesanan barang pihak *reseller dropship* menanyakan ketersediaan barang yang dipesan konsumen kepada *supplier*. Setelah pihak konsumen dan *reseller dropship* sepakat melakukan transaksi kemudian konsumen mentransfer sejumlah uang yang telah disepakati kepada *reseller dropship*.
- Setelah menerima pembaruan dari pihak konsumen, *reseller dropship* kemudian meneruskan pesanan barang ke pihak *supplier* dan mentransfer sejumlah harga barang yang dipesan konsumen ditambah dengan harga pengiriman barang.
- Setelah *supplier* menerima pembayaran dan pesanan barang dari pihak *reseller dropship*, maka pihak *supplier* kemudian memproses pesanan tersebut dengan melakukan pengepakan dan mengirimkan barang tersebut ke alamat konsumen dengan menggunakan jasa pengiriman. Di dalam paket pengiriman barang tersebut

<sup>16</sup> Wawancara pribadi dengan Aditama pada tanggal 10 Mei 2016

<sup>17</sup> Wawancara pribadi dengan saudara Gestiar selaku pemilik dari Ninety Four Gadget tanggal 29 April 2016

ditulis keterangan pengirim adalah pihak *reseller dropship* dan penerima adalah pihak konsumen.

#### **4. Hubungan Hukum Para Pihak dalam Transaksi E-Commerce dengan Sistem Dropship**

Dalam transaksi e-commerce dengan cara dropship ini terdapat beberapa pihak yang saling berkaitan, antara lain:

- a. Dropshipper (Reseller Dropship)
- b. Supplier
- c. Konsumen
- d. Bank
- e. Jasa pengiriman

##### 1) Hubungan hukum antara *dropshipper* dengan pembeli

Hubungan hukum antara *reseller dropship* dengan konsumen adalah hubungan hukum penjual dengan pembeli. Setelah konsumen melakukan pembayaran kepada pihak penjual dalam hal ini adalah Ninety Four Gadget selanjutnya konsumen melakukan konfirmasi terkait pembayaran tersebut kepada pihak Ninety Four Gadget. Penjual akan segera memproses pesanan dari pihak konsumen tersebut hingga barang diterima oleh konsumen.

##### 2) Hubungan hukum antara *supplier* dengan *dropshipper*

Hubungan hukum tercipta antara pihak reseller dropship dengan pihak supplier. Dalam hal ini hubungan hukum yang tercipta adalah hubungan

hukum jual beli, dimana pihak supplier sebagai pihak penjual dan reseller dropship sebagai pihak pembeli. Setelah reseller dropship menerima pesanan dan pembayaran dari pihak konsumennya, maka selanjutnya adalah reseller dropship membeli barang dari supplier dengan meminta supplier untuk mengirimkan pesannya tersebut ke alamat konsumennya dengan mengatas namakan pihak reseller dropship.

##### 3) Hubungan hukum antara supplier, dropshipper, konsumen dengan pihak bank

Hubungan hukum terjadi antara pihak reseller dropship dengan pihak bank, pembeli (konsumen) dengan bank, supplier dengan pihak bank. Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dan memberikan jasa yang berkaitan dengan keuangan memiliki kewajiban untuk mengelola dana yang telah dipercayakan nasabah kepadanya, dalam hal ini pihak reseller dropship, supplier, dan konsumen adalah nasabah dari bank yang bersangkutan. Sebagai nasabah, pihak reseller dropship, supplier dan konsumen berkewajiban untuk membayar jasa yang diberikan bank dalam mengelola uang mereka.

- 4) Hubungan hukum antara supplier dengan pihak jasa pengiriman barang

Hubungan hukum antara pihak supplier yang merupakan pengirim barang dengan pihak jasa pengiriman barang. Dalam hal penyerahan barang berlaku ketentuan bahwa biaya penyerahan dipikul oleh si penjual, sedangkan biaya pengambilan dipikul oleh si pembeli, jika tidak diperjanjikan sebaliknya (Pasal 1476 KUH Perdata). Dalam transaksi jual beli dengan cara dropship ini yang dilakukan oleh para narasumber yaitu dari supplier maupun dari pihak reseller dropship mensyaratkan bahwa biaya pengiriman barang akan ditanggung kepada pihak pembeli, karena ketentuan pada pasal 1476 memberikan kebebasan bagi para pihak untuk menentukan perjanjian, hal tersebut tidak merupakan masalah. Karena ketika konsumen telah setuju membeli barang pihak penjual akan memberi tahu terlebih dahulu bahwa harga yang tercantum dalam iklan adalah harga yang belum termasuk ongkos kirim barang tersebut.

## **B. Tanggungjawab *Dropshiper* saat Terjadi Kerugian dalam Transaksi *E-Commerce* dengan Cara *Dropship*.**

### **1. Hak dan Kewajiban *Dropshiper* dan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* dengan Sistem *Dropship***

Transaksi jual – beli baik dilakukan secara konvensional maupun dengan cara online tidak dapat mengabaikan hak dan kewajiban para pihak. Sistem transaksi dengan menggunakan *dropship* ini menimbulkan hubungan hukum jual beli antara *dropshiper* dengan konsumen. Akibat dari hubungan hukum *dropshiper* dengan konsumen tersebut timbullah adanya hak dan kewajiban antar pihak yang bersangkutan. Kewajiban pihak penjual dan pihak pembeli diatur dalam pasal 1473 – 1518 KUH Perdata, yaitu:

#### a) Kewajiban Penjual<sup>18</sup>

Kewajiban penjual adalah sekaligus merupakan hak pembeli karena perjanjian jual beli ini merupakan perjanjian timbal balik. Ada 2 kewajiban bagi penjual yang tercantum dalam pasal 1474 KUH Perdata) yaitu:

- 1) menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan
- 2) menanggung kenikmatan tentram atas barang

---

<sup>18</sup> Rahayu Hartini, 2006. Hukum Komersial, Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, hlm. 52.

tersebut dan menanggung terhadap cacat – cacat yang tersembunyi

b) Kewajiban Pembeli<sup>19</sup>

kewajiban utama pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1513 KUH Perdata. jika pada waktu pembuatan persetujuan tidak ditetapkan maka si pembeli harus membayar ditempat dan pada waktu dimana penyerahan dilakukan (Pasal 1514 KUH Perdata)

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut sebagai UUPK menjamin perlindungan bagi pihak konsumen yang biasanya berada di posisi tawar yang rendah. hak – hak konsumen diatur dalam pasal 4 UUPK. Hak – hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* dengan menggunakan sistem *dropship* ini jika dikaitkan dengan pasal 4 UUPK cukup banyak, seperti pada Pasal 4 UUPK huruf b dimana konsumen yang dalam hal ini adalah pembeli berhak untuk memilih barang dan mendapatkan barang sesuai dengan harga dan jamina yang di janjika pihak penjual. Pasal 4 huruf c UUPK menjelaskan bahwa konsumen juga berhak

untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang yang akan diperjual belikan terlebih dalam transaksi jual beli dengan sistem *dropship* konsumen tidak melihat barang yang dijual secara langsung sehingga informasi tersebut sangat berarti bagi pembeli.

Pasal 4 huruf h UUPK menjelaskan bahwa konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. dari hasil penelitian dengan para narasumber terkait dengan garansi / jaminan produk, pihak *seller 1* hanya memberikan garansi terkait produk – produk kamera dan peralatan – peralatan komputer saja tidak dengan aksesoris *hanpone*. *Seller 2* tidak memberikan garansi. *Seller 3* memberikan garansi karena barang yang di dapat dari *supplier* juga ada garansi produk asalkan kerusakan bukan merupakan kesalahan konsumen.

Pembeli juga mendapatkan hak untuk didengar keluhan dan pendapatnya mengenai barang yang telah dibelinya (Pasal 4 huruf d UUPK).

## 2. Tanggung Jawab Dropshiper dalam Sistem Dropship

Perjanjian – perjanjian yang dilakukan antar pihak dalam transaksi *e-commerce* dengan

---

<sup>19</sup> Ibid, hlm. 52-53.

sistem *dropship* ini tidak selamanya dapat berjalan dengan mulus dalam arti masing – masing pihak puas, karena dapat terjadi pihak konsumen tidak menerima barang dan atau jasa sesuai dengan harapannya. Apabila pembeli, yang dalam hal ini adalah konsumen tidak menerima barang atau jasa sesuai dengan yang diperjanjikan, maka pelaku usaha telah melakukan wanprestasi, sehingga konsumen mengalami kerugian.<sup>20</sup> Pasal 19 ayat (1) Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen mengatakan bahwa “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) tersebut dapat diketahui bahwa tanggung jawab *dropshiper* sebagai pelaku usaha meliputi:<sup>21</sup>

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen. Tanggung jawab *dropshiper* kepada konsumen atas kerugian yang dapat terjadi kepada konsumen:

- a. Tanggung jawab *dropshiper* apabila barang yang diterima konsumen rusak atau cacat.

*Dropshiper* selaku pelaku usaha yang telah membuat perjanjian dengan konsumen harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Konsumen yang dirugikan tersebut mendapatkan ganti kerugian karena adanya wanprestasi dari pihak *dropshiper* akibat tidak dipenuhinya kewajiban utama, dalam hal ini *dropshiper* telah berprestasi tidak sebagaimana mestinya.

Hasil wawancara dengan pihak Ninety Four Gadget selaku pelaku bisnis *dropshiper* apabila terjadi hal tersebut pihak Ninety Four Gadget akan membantu dalam proses klaim garansi produk kepada pihak *supplier* karena barang cacat bukan dari kesalahan konsumen tetapi dari pihak *supplier*. Barang yang cacat tersebut dikembalikan kepada pihak *supplier* dengan ketentuan biaya kirim dari konsumen ke pihak *supplier* ditanggung

---

<sup>20</sup> Ahmadi Miru, 2011. Prinsip – Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hlm. 1.

<sup>21</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2014. Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 125.

oleh konsumen. Pihak Ninety Four Gadget akan menjelaskan cara klaim garansi tersebut terlebih dahulu sebelum terjadi kesepakatan jual beli dengan konsumennya.

- b. Tanggung jawab *dropshiper* apabila barang terlambat sampai kepada konsumen.

*Dropshiper* dalam hal ini telah melakukan wanprestasi dalam bentuk terlambat melakukan prestasi. Segala kerugian yang dialami konsumen akibat keterlambatan tersebut harus ditanggung oleh pihak *dropshiper* karena keterlambatan tersebut tidak sesuai dengan kesepakatan antara *dropshiper* dengan konsumen.

- c. Tanggung jawab *dropshiper* apabila barang tidak diterima oleh konsumen

Konsumen akan mengalami kerugian akibat tidak diterimanya barang yang dibelinya, dalam hal ini *dropshiper* telah melakukan wanprestasi karena tidak dapat memenuhi prestasinya sama sekali. Kerugian konsumen yaitu sejumlah uang yang dibayarkannya kepada *dropshiper*. *Dropshiper* harus bertanggung jawab atas kerugian konsumen tersebut, dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu Ninety Four

Gadget apabila terjadi hal yang demikian uang yang telah diterima dari konsumen akan dikembalikan penuh untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Dilihat dari skema dan proses transaksi *e-commerce* dengan sistem *dropship* yang telah dikemukakan sebelumnya, maka akan terlihat adanya beberapa hubungan hukum yang timbul dan membuat adanya tanggung jawab masing masing pihak yang harus dipenuhi apabila terjadi wanprestasi.

Baik Murahsenang.com dan Lapak Buff dalam melakukan transaksi dengan sistem *dropship* ini telah menjamin barang yang dikirim adalah barang yang telah dicek dan bukan merupakan barang yang cacat, tetapi unsur kelalaian dalam pengiriman barang sangat mungkin terjadi. Apabila barang yang diterima oleh konsumen cacat saat penerimaan atau tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, maka *dropshiper*lah yang bertanggung jawab kepada konsumen, karena konsumen melakukan perjanjian dengan pihak *dropshiper* bukan dengan *supplier*. *Supplier* bertanggung jawab kepada *dropshiper* dan *dropshiper* bertanggung jawab kepada konsumen. *Dropshiper* dalam mengiklankan barang juga mempunyai kewajiban yang telah diatur oleh UUPK yaitu dalam Pasal 7 huruf b mengatakan pelaku usaha

berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Sehingga dalam mencari mitra untuk bekerjasama dalam sistem *dropship* ini *dropshiper* harus berhati-hati untuk memilih *supplier*. *Supplier* bertanggung jawab kepada *dropshiper* apabila *dropshiper* melakukan pengaduan bahwa barang yang diterima oleh konsumennya adalah barang yang cacat atau tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan.

Pasal 7 huruf f UUPK menyebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk:

“Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.”

Pihak konsumen berhak untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan perjanjian dan sesuai dengan apa yang diiklankan oleh pihak *dropshiper* karena konsumen telah melakukan kewajibannya yaitu membayarkan sejumlah uang untuk membeli barang tersebut. Hal tersebut sesuai dengan apa yang telah diatur oleh UUPK pada Pasal 4 huruf b, yang menyebutkan bahwa konsumen mempunyai “hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai

dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari seuruh materi yang diuraikan diatas mengenai Tanggung Jawab *Dropshiper* dalam Transaksi *E-Commerce* dengan Cara *Dropship* Ditinjau dari Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Dropship* merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh *supplier* dalam transaksi online yang memungkinkan *dropshiper* untuk menjual barang dengan hanya mengiklankannya saja di media online tanpa harus mempunyai barang tersebut. Mengenai hubungan hukum antar pihak dalam transaksi *e-commerce* dengan cara *dropship* dapat dilihat dari pihak - pihak yang saling berkaitan antaralain yaitu *supplier*, *dropshiper*, pihak jasa pengiriman barang, konsumen dan pihak bank, ada beberapa hubungan hukum dapat timbul dari proses transaksi online dengan menggunakan *dropship* antara lain yaitu *supplier* dengan *dropshiper*, *dropshiper* dengan konsumen, *supplier* dengan pihak jasa pengiriman barang. Hak dan kewajiban para pihak timbul dari hubungan hukum tersebut
2. Hak – hak dan Kewajiban para pihak sudah diatur dalam Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, karena pada intinya transaksi dengan menggunakan sistem

*dropship* ini sama dengan transaksi biasa yang melibatkan konsumen dengan pelaku usaha. Prakteknya dalam transaksi dengan menggunakan sistem *dropship* tidak berjalan sesuai dengan apa yang di perjanjikan, seperti adanya barang yang dikirimkan oleh *supplier* tidak sesuai, keterlambatan barang sampai kepada konsumen, atau barang tidak sampai kepada konsumen, atas segala kerugian yang dialami oleh konsumen harus ditanggung oleh pihak *dropshiper* baik dengan cara membantu dalam penggantian barang yang cacat atau mengembalikan uang kepada konsumen. Pada umumnya para pihak dalam transaksi online dengan sistem *dropship* ini menyelesaikan masalah mereka dengan cara damai dan tidak sedikit yang tidak berbuat apa – apa atas kerugian yang ditanggung.

## V. DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo. 2006. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Achmad Busro, 2012. *Hukum Perikatan Berdasarkan Buku III KUH Perdata*, Yogyakarta: Pohon Cahaya.
- Ahmadi Miru, 2011. Prinsip – Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Ahmad M Ramli, 2010. *Cyber Law & HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung: Refika Aditama.
- Asnawi, Haris Faulidi. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Rahayu Hartini, 2006. *Hukum Komersial*, Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Soerjono Soekanto, 1986. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press.
- Subekti, 2004. *Hukum Perjanjian Cetakan ke XX*, Jakarta: PT Intermedia, hlm.

### Internet :

- [https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat\\_informasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat_informasi), diakses 28 Januari 2016
- Rein Mahatma, <http://startupbisnis.com/daftar-toko-online-yang-menerima-reseller-dan-dropship-untuk-market-indonesia/>, diakses 11 April 2016
- Tips Wirausaha, <http://www.tipswirausaha.com/post/read/398/tips-berjualan-dengan-cara-dropship.html>, diakses 25 Januari 2016
- Weildrie E.R, [http://www.academia.edu/1693288/3/Naskah\\_Essay](http://www.academia.edu/1693288/3/Naskah_Essay), diakses 26 Januari 2016
- Undang – Undang**  
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata  
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen



Undang-Undang Nomor 11 Tahun  
2008 tentang Informasi dan  
Transaksi Elektronik