

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab Hukum**

Sebelum kita mengetahui tentang Tanggung Jawab Hukum lebih baik kita terlebih dahulu mengetahui arti Tanggung Jawab. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Tanggung Jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya, kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan dan sebagainya.<sup>37</sup>

Tanggung jawab adalah kesadaran manusia akan tindakan yang disengaja atau tidak disengaja. Tanggung jawab juga berarti bertindak sebagai pernyataan kesadaran akan kewajibannya. Prinsip tanggung jawab adalah subjek yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Jika terjadi pelanggaran hak pengguna, berhati-hatilah dalam menganalisis siapa yang bertanggung jawab dan sejauh mana tanggung jawab tersebut dapat ditanggung oleh pihak-pihak terkait. Titi Triwulan mengartikan pertanggung jawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum bagi seseorang yang menuntut orang lain sekaligus berupa hal-hal yang melahirkan kewajiban hukum bagi orang lain untuk memberikan pertanggung jawabnya.<sup>38</sup>

Tanggung jawab dalam kamus hukum dapat diistilahkan sebagai liability dan responsibility, istilah liability menunjuk pada pertanggungjawaban hukum yaitu tanggung gugat akibat kesalahan yang dilakukan oleh subjek hukum, sedangkan istilah responsibility menunjuk pada pertanggungjawaban politik.<sup>39</sup>

Tanggung jawab di bawah hukum perdata adalah tanggung jawab seseorang terhadap tindakan perbuatan melawan hukum. Tindakan

---

<sup>37</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua Cet.7, Balai Pustaka, 1996, h. 1006

<sup>38</sup> Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, hlm 48.

<sup>39</sup> HR. Ridwan, 2006, *Hukum Administrasi Negara*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 337.

perbuatan melawan hukum miliki ruang lingkup yang lebih luas dari pada kejahatan pidana. Perbuatan melawan hukum tidak hanya mencakup tindakan yang bertentangan dengan hukum Pidana saja tetapi jika tindakan itu bertentangan dengan hukum lain dan bahkan dengan ketentuan hukum yang tidak ditulis dalam ketentuan hukum.

Undang-Undang yang menjelaskan perbuatan melawan hukum bertujuan untuk melindungi dan memberi kompensasi kepada pihak yang dirugikan. Tanggung jawab begitu kodrati, artinya telah menjadi bagian dari kehidupan manusia, sehingga setiap manusia harus dibebani dengan tanggung jawab. Jika dia tidak ingin dianggap bertanggung jawab, maka orang lain yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, tanggung jawab dapat dilihat dari kedua belah pihak, baik dari pihak yang melakukan maupun dari kepentingan pihak lain.

Tanggung jawab di sini tidak hanya untuk mengirimkan paket pesanan dengan aman ke alamat tujuan (penerima paket) tetapi juga untuk menjaga isi paket kualitas pesanan dalam kondisi yang baik serta untuk memberikan rasa aman bagi pengguna yang telah membeli ke sebuah perusahaan platform penyedia jasa e-commerce . Karena jika saja perusahaan atau orang-orang yang bekerja untuknya tidak memikirkan tanggung jawab, perusahaan dapat dengan mudah kehilangan kepercayaan dari para pelanggannya. Jadi untuk menghindari hal ini, tanggung jawab sangat penting dalam menjaga hubungan antara perusahaan dan konsumen perusahaan penyedia jasa pengiriman online. Dalam Undang-Undang perlindungan konsumen, pengusaha harus bertanggung jawab, yaitu, jika tindakan mereka melanggar hak dan kepentingan pengguna, membahayakan kesehatan pengguna, atau membahayakan kesehatan.

Tindakan perbuatan melanggar hukum dapat ditafsirkan sebagai tindakan atau kelalaian, bertentangan dengan hak orang lain, atau konflik dengan tanggung jawab hukum pelaku atau konflik, baik sopan santun, kehidupan sosial dengan orang atau benda lain, siapa pun karena

kesalahannya sebagai akibat dari tindakannya yang merugikan orang lain, ia berkewajiban untuk membayar ganti rugi atas kerusakan.

Tanggung jawab hukum berdasarkan wanprestasi yang di lihat berdasarkan kontrak. Ketika permasalahan yang timbul mengenai waktu tiba ke konsumen tidak sesuai yang di sepakati, konsumen sering melihat isi kontrak atau perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak, baik tertulis maupun lisan. Keuntungan konsumen dalam klaim berdasarkan teori ini adalah bahwa pelaksanaan kewajiban bersifat absolut, kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya penjual untuk memenuhi janjinya. Ini berarti bahwa jika pabrikan telah mencoba untuk memenuhi janjinya tetapi konsumen masih dirugikan, maka pabrikan masih dibebani dengan tanggung jawab untuk mengimbangi itu.

Tanggung jawab produk adalah tanggung jawab hukum seseorang atau badan hukum yang memungkinkan menghasilkan produk (produsen pabrikan) atau dari orang atau badan yang terlibat dalam proses untuk menghasilkan produk (penginstal prosesor) atau dari orang atau entitas yang menjual atau mendistribusikan (penjual, distributor) produk. Tanggung jawab terhadap perbuatan melawan hukum boleh disengajakan atau tidak disengajakan atau disebabkan oleh suatu kelalaian. pasal 1366 KUHPerdara, bahwa “setiap orang bertanggungjawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena kelalaian atau kurang hati-hatinya”. Tanggung jawab atas perbuatan melawan hukum ini merupakan tanggung jawab secara langsung. Tanggung jawab pengangkut yaitu para pihak dalam perjanjian transportasi adalah pembawa dan pengirim. Perjanjian Pengangkut bersifat timbal balik, yang berarti bahwa kedua belah pihak memiliki hak dan kewajiban masing-masing pihak untuk mengangkut barang dan / atau orang dengan aman ke tujuan mereka. Di sisi lain, sebagai pengirim barang membayar biaya transportasi yang disepakati. Ini kemudian menjadi hak operator. Sedangkan hak pengirim adalah menerima barang yang dikirim secara penuh. pengguna yang kurang

beruntung karena gunakan produk, tidak perlu terikat oleh perjanjian menuntut kompensasi, tetapi juga dapat mengklaim dengan alasan bahwa pelakunya berusaha untuk mengambil tindakan yang melanggar hukum, dan dasar bagi tanggung jawab pelaku bisnis adalah tanggung jawab berdasarkan kesalahan pemilik bisnis.

Menurut Abdulkadir Muhammad teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum (tort liability) dibagi menjadi beberapa teori, yaitu :<sup>40</sup>

- a) Tanggung jawab perbuatan melanggar hukum yang dilakukan dengan sengaja, Tergugat harus melakukan hal yang dapat merugikan penggugat atau mengetahui bahwa apa yang dilakukan tergugat akan mengakibatkan kerugian.
- b) Tanggung jawab perbuatan melanggar hukum yang dilakukan akibat kelalaian, berdasarkan konsep kesalahan dalam kaitannya dengan interminglend morality and law yang konteks di sini moral dan hukum sudah saling berbaur.
- c) Tanggung jawab perbuatan melanggar hukum yang dilakukan tanpa mempersoalkan kesalahan, berdasarkan tindakan disengaja atau tidak disengaja, yang berarti bahwa meskipun itu bukan kesalahannya, ia masih bertanggung jawab atas kerugian yang diakibatkan dari tindakannya.

## 2.2 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

Menurut Inosentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh cara lain, seperti pemberian, hadiah dan undangan.<sup>41</sup> Hondius ahli hukum di belanda menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen

---

<sup>40</sup> Abdulkadir Muhammad, Hukum Perusahaan Indonesia, Citra Aditya Bakti, 2010, hlm.503 .

<sup>41</sup> Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen(Jakarta:Kencana, 2013), h. 16

sebagai, pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa.<sup>42</sup> Konsumen dalam pengertian hukum islam berarti pada perorangan dan badan usaha kemudian konsumen tidak di batasi/ dianggap sama terhadap konsumen akhir atau konsumen antara lalu terakhir konsumen telah mengetahui semua jenis barang baik dan barang tidak baik. Dalam Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di perdagangkan.<sup>43</sup> Menurut Az.Nasution pengertian konsumen menegaskan beberapa batasan yaitu<sup>44</sup> :

- a) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b) Konsumen antara adalah setia orang yang mendapatkan barang dan /atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/ atau jasa lain atau untuk di perdagangkan;
- c) Konsumen akhir adalah setiap orang mengalami mendapatkan menggunakan barang dan/ atau jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga/ rumah tangga dan tidak untuk di perdagangkan.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka 1 di sebutkan bahwa:

Perlindungan kosumen adalah segalaah upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, diperkuat oleh oleh adanya Undang-Undang khusus, memberi harapan bahwa pemilik bisnis tidak lagi bertindak sewenang-wenang, yang selalu merugikan hak-hak konsumen yang tetap pada acuan di bawah Undang-Undang Perlindungan Konsumen bersama dengan instrumen hukum lainnya, pengguna memiliki hak dan posisi yang sama, dan mereka juga dapat menuntut atau mengklaim jika hak mereka telah dilanggar

---

<sup>42</sup> Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia (Cet. III; Jakarta, PT. Grasindo, 2006), h.3

<sup>43</sup> Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

<sup>44</sup> Az.Nasution, Hukum perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, ( Cet II; Jakarta: Diadit Media, 2002). Hlm. 13

atau dilanggar oleh pemilik bisnis. A. Zen Umar Purba mengemukakan kerangka umum tentang sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen yaitu sebagai berikut<sup>45</sup> :

- a) Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha;
- b) Konsumen mempunyai hak;
- c) Pelaku usaha mempunyai kewajiban;
- d) Pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembanguna nasional;
- e) Perlindungan konsumen dalam iklim bisnis yang sehat;
- f) Keterbukaan dalam promosi barang atau jasa;
- g) Pemerintah perlu berperan aktif;
- h) Masyarakat juga perlu berperan serta;
- i) Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang
- j) Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.

Mochtar Kusumaatmadja berpendapat bahwa pengertian dari Hukum Perlindungan Konsumen adalah suatu peraturan yang dibuat untuk mengatur permasalahan antar pihak, dimana dalam hal ini adalah yang mempunyai hubungan dengan barang ataupun jasa di kehidupan masyarakat.<sup>46</sup> Tujuan utama dari perlindungan konsumen agar terpenuhinya dari segi hukum privat dan hukum publik. Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah Undang-Undang yang memuat hak dan kewajiban pengusaha/pelaku usaha dan cara mempertahankan hak dan kewajiban tersebut. Tidak hanya pemilik bisnis, hak dan kewajiban konsumen juga diatur didalamnya . Dengan tujuan agar konsumen yang menggunakan barang dan / atau jasa yang disediakan oleh pengusaha dan kemudian menderita kerugian akibat penggunaannya, ada undang-undang perlindungan konsumen yang memberikan perlindungan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai konsumen.

---

<sup>45</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta : Visimedia, Jakarta, 2008) hlm. 4.

<sup>46</sup> Mochtar, "Hukum Perlindungan Konsumen," Bandung: Bina Cipta, 2010, hlm. 04.

### **2.3 Tinjauan Umum Tentang Asas Perlindungan Konsumen**

Asas-Asas di dalam perlindungan konsumen terdapat di dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, Yaitu “ Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

Penjelasan Pasal 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengenai Asas, yaitu :

- a) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa semua upaya dalam menerapkan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat maksimal bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b) Asas keadilan dimaksudkan untuk memungkinkan partisipasi semua orang semaksimal mungkin dan memungkinkan konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan hak-hak mereka dan melakukan tugas-tugas mereka secara adil;
- c) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti material atau spiritual;
- d) Asas keselamatan dan keamanan pengguna dimaksudkan untuk memberikan keamanan dan keamanan kepada konsumen dalam penggunaan, memakai dan memanfaatkan barang dan / atau layanan yang sudah di konsumsi atau digunakan;
- e) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha dan konsumen mematuhi undang-undang dan mendapatkan keadilan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen, dan negara menjamin kepastian hukum.

H.J. Hommes berpendapat, Asas-Asas hukum bukanlah norma hukum yang konkrit, melainkan sebagai dasar umum ataupun petunjuk bagi hukum yang berlaku.

Mirip dengan pendapat itu, menurut Satjipto Rahardjo asas hukum mengandung tuntutan etis, merupakan jembatan antaraperaturan dan cita-cita sosial dan pandangan etis masyarakat.<sup>47</sup>

## **2.4 Tinjauan Umum Tentang Hak dan Kewajiban Konsumen**

### **2.4.1 Hak Konsumen**

Hak harafiah yaitu sesuatu yang bisa dan tidak bisa diperoleh. Ini berarti hak untuk memiliki kualitas kemampuan yang seharusnya tidak dimiliki siapa pun. Hak-Hak konsumen di atur dalam BAB III, Pasal 4 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, antara lain :

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

---

<sup>47</sup> Wahyu Sasongko, Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen, (Lampung : Universitas Lampung : 2007) hlm. 36.

Dari sembilan hak-hak konsumen yang sudah di jelaskan di atas, terlihat bahwa masalah keselamatan, keamanan dan kenyamanan adalah hal hal yang paling penting dan diutamakan pada perlindungan konsumen. Jika konsumen tidak mendapatkan keselamatan, keamanan dan kenyamanan maka konsumen itu berhak untuk mendapatkan pembinaan, advokasi, kompensasi, ganti rugi dan perlakuan yang adil.

#### **2.4.2 Kewajiban Konsumen**

Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 5 dinyatakan bahwa kewajiban konsumen sebagai berikut:

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

### **2.5 Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha**

#### **2.5.1 Pelaku Usaha**

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>48</sup> Pelaku dapat didefinisikan sebagai pengusaha yang menghasilkan produk dalam bentuk mentah atau siap pakai. Dalam hal ini, ini termasuk orang / badan yang membuatnya, pedagang grosir, pengecer profesional, pemasok yang berpartisipasi dalam pembelian dan penyediaan barang kepada pengguna dalam hal ini konsumen. Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 1 Angka (3) tidak memakai istilah produsen, tetapi memakai istilah lain yang kurang lebih sama artinya, yaitu pelaku usaha yang diartikan sebagai

---

<sup>48</sup> Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, (Jakarta : Diadit Media, 2001), hlm. 17

berikut:“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang di dirikan 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 keterangan pada Pasal 1 Angka (3) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang termasuk pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain. Jenis dari pelaku usaha ada yang berbadan hukum dan ada yang tidak berbadan hukum. Perbedaan dari keduanya yaitu badan usaha yang bukan merupakan badan hukum tidak akan dipersamakan kedudukannya sebagai orang sehingga tidak memiliki kekayaan para pendirinya.<sup>49</sup>

Para produsen atau pelaku usaha akan berupaya untuk mencari keuntungan yang setinggi-tingginya sesuai dengan prinsip ekonomi yang dianut yaitu “prinsip mencari keuntungan yang setinggi-tingginya melalui pengorbanan yang sekecil-kecilnya.”<sup>50</sup> Produsen atau pelaku usaha sebagai pengusaha memiliki tugas dan kewajiban untuk berpartisipasi dalam menciptakan dan memelihara iklim bisnis yang sehat yang mendukung pembangunan ekonomi negara secara keseluruhan. Oleh karena itu, produsen atau pelaku usaha bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya, yaitu dengan menerapkan norma hukum, etika, dan menegakkan kebiasaan yang berlaku di komunitas bisnis.

## II.5.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6 pelaku usaha mempunyai hak hak , antara lain :

- a) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

<sup>49</sup> Irma Devita, 2010, “Kiat-Kiat Cerdas, Mudah dan Bijak Mendirikan Badan Usaha”, Kaifa, Bandung, h.2

<sup>50</sup> Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 2.

- c) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Dalam Undang – Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen Pasal 7 pelaku usaha mempunyai Kewajiban, antara lain :

- a) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) 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;

Dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tampaknya itikad baik lebih ditekankan kepada pengusaha, karena mencakup semua tahapan kegiatan bisnis mereka, sehingga dapat diartikan bahwa itu adalah kewajiban pengusaha untuk memiliki itikad baik sejak barang dirancang / diproduksi sampai ke titik penjualan, daripada konsumen. hanya dituntut untuk memiliki niat baik dalam membeli barang dan / atau jasa. Ini, tentu saja, karena potensi kerugian bagi konsumen karena produk dirancang / diproduksi oleh produsen (pengusaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan kerusakan pada produsen dimulai ketika berhadapan dengan produsen.

## 2.6 Tinjauan Umum Tentang E-commerce Blibli.com

Berdasarkan sumber data profil perusahaan yang peneliti peroleh dari Divisi data *analyst* PT.Global Digital Niaga (Blibli.com), dapat dijelaskan bahwa PT. Global Digital Niaga adalah sebuah perusahaan e-commerce yang menjadi induk perusahaan dari Blibli.com. PT Global Digital Niaga adalah anak perusahaan dari PT. Global Digital Prima (GDP) yang merupakan milik Martin Hartono. PT Global Digital Prima (GDP) adalah bagian dari perusahaan produsen rokok terbesar di Indonesia. Sementara itu, PT. Global Digital Niaga ini berdiri sejak tahun 2010 dan blibli.com pertama kali diluncurkan pada tanggal 25 Juli 2011.

Blibli adalah produk pertama PT Global Digital Niaga yang merupakan anak perusahaan Djarum dibidang digital. Blibli bekerja sama dengan teknologi provider kelas dunia, mitra logistik, banking partner serta merchant partner dengan standar tertentu untuk menciptakan back-end yang bisa memenuhi kebutuhan pengguna Blibli.com. Blibli.com merupakan perusahaan e-commerce dengan model B2B2C (Business to Business to Consumer). Blibli.com merupakan online mall yang menjual berbagai produk dari 15 kategori, diantaranya adalah;

- 1) Handphone & Tablet
- 2) Olahraga & Aktivitas Luar Ruang
- 3) Komputer dan Laptop
- 4) Kamera
- 5) Mainan & Video Games
- 6) Peralatan Elektronik
- 7) Fashion Pria
- 8) Home & Living
- 9) Fashion Wanita
- 10) Ibu & Anak
- 11) Tiket & Voucher
- 12) Kesehatan & Kecantikan
- 13) Otomotif
- 14) Kuliner

### 15) Galeri Indonesia

Saat ini Blibli.com bekerja sama dengan lebih dari 4000 merchant partners yang menjadi vendor dari produk-produknya. Ada lebih dari 7500 brands yang menjadi partner Blibli, diantaranya Microsoft, Samsung, Intel, Lenovo, Nike, NBA, dan lain-lain. Blibli.com menyediakan sistem pembayaran yang mudah dan simpel, diantaranya yaitu Internet Banking, Transfer Method, Debit/Credit Card, ATM, Convenience Store, E-money, dan COD payment. Blibli.com juga bekerja sama dengan 14 bank, beberapa jasa pengiriman barang, serta menyediakan fasilitas gratis biaya pengiriman sehingga memudahkan akses pembayaran oleh pelanggan. Blibli.com juga memiliki layanan pelanggan 24 jam sehingga memudahkan pelanggan untuk bertanya mengenai pemesanan dan pengiriman produk yang dibeli.

Nama Perusahaan : PT. Global Digital Niaga (Blibli.com)  
 Berdiri sejak : 25 Juli 2011  
 Alamat : Gedung Sarana Jaya Jalan Budi Kemuliaan I No.1, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110  
 Tagline : Karena Kamu Nomer Satu

## **2.7 Alasan Pemilihan perlindungan konsumen barang mewah di PT. Global Digital Niaga (Blibli.com)**

Peneliti melakukan wawancara kepada Head of data analyst Communications Blibli.com yaitu Bapak Taufiqur, berikut kutipan wawancara tersebut.

“Industri e-commerce itu perkembangannya begitu signifikan dari tahun ke tahun, bermunculan baik di dalam negeri maupun di luar negeri bikin perusahaan ecommerce. Grup djarm tidak mau ketinggalan eksistensiya, di buatlah aplikasi berbasis belanja online yang dapat di jangkau dari dari masyarakat yang berdomisli dari sabang sampai maroke bernama Blibli.com. blibli.com itu fokus ke konsumen, faktor yang kita sasar adalah happiness nya konsumen, nah dari pemilihan fokus audiens kita ialah merupakan positioning kita. Kita punya 15 kategori yang bisa memuaskan happiness, jadi dari riset,

competitor analysis, terus customernya juga bisa kita analisa menjadi dua customer middle low dan customer middle up, mana sih segmennya yang bisa connect lewat online. Dan di blibli.com transaksi barang-barang bermerek internasional dan memiliki kualitas tinggi sudah bisa di akses di sini. Blibli.com sebagai perusahaan asli Indonesia juga ikut serta sebagai sponsor pertandingan badminton, membuka booth di Kidzania, dan kita juga menerima anak-anak magang untuk memberikan kesempatan bagi mereka belajar gimana sih perusahaan e-commerce itu”

Dari hasil wawancara tersebut peneliti menyimpulkan, PT Global Digital Niaga (Blibli.com) memanfaatkan peluang sebagai perusahaan ecommerce asli Indonesia sebagai dasar pemilihan strategi pemasaran, yaitu happiness nya konsumen. Dengan beberapa aspek penting yang dikembangkan dalam kualitas, penunjang sumber daya manusia, dan sebagai e-commerce asli Indonesia yang mendukung prestasi anak Indonesia. Salah satu langkah nyata dari Blibli.com ialah dengan menjadi sponsor pada ajang pertandingan bulutangkis Indonesia, bekerja sama dengan Kidzania, sebuah lembaga pendidikan anak usia dini dalam memberikan pengetahuan seputar dunia online, serta mengembangkan sumber daya dengan mengajak para mahasiswa magang untuk lebih tahu mengenai perusahaan start up.