

LAPORAN PENELITIAN



ANALISIS PERKEMBANGAN BELANJA ONLINE PADA *PLATFORM* SHOPEE DAN STUDI BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN

Oleh :

ADE IRMA SURYANI, S.E., M.M

IKA DWIMAYA ROZA, S.H., M.H

MUSTIKA, S.E., M.M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI

2022

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : **ANALISIS PERKEMBANGAN BELANJA ONLINE PADA PLATFORM SHOPEE DAN STUDI BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN**
2. Tim Penelitian
 - a). Ketua
 - a. Nama : Ade Irma Suryani, S.E., M.M
 - b. NIDN : 1027068702
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor
 - d. Program Studi : Manajemen
 - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
 - b). Anggota
 - a. Nama : Ika Dwimaya Roza, S.H., M.H.
 - b. NIDN : 1002057901
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor
 - d. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
 - c). Anggota
 - a. Nama : Mustika, S.E., M.M.
 - b. NIDN : 1029018901
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor
 - d. Program Studi : Manajemen
 - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
 - g). Alamat Kantor/Telp/Email : Jl. Pattimura Simpang IV Sipin Kota Jambi
3. Lokasi Kegiatan : Kampus Universitas Muhammadiyah Jambi
4. Lama Kegiatan Penelitian : 4 bulan
5. Biaya Total Penelitian : Rp. 1.500.000,-

Mengetahui,
Ka.Prodi Manajemen

Jambi 10 Agustus 2022
Ketua Tim Penelitian,

(Dr. Ermaini, S.E., M.M)
NIDN: 1016027301

(Ade Irma Suryani, S.E., M.M.)
NIDN: 1027068702

Menyetujui,
Ketua LPPM UM Jambi



(Prima Audia Daniel, S.E., M.E.)
NIDK. 8852530017

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pasar (<i>Market</i>).....	5
2.1.2 <i>Marketplace</i>	5
2.1.3 Belanja Online.....	6

2.1.4 Konsumen.....	6
2.1.5 Hukum.....	6
2.1.6 Perlindungan Konsumen	7
2.2 Kerangka Pemikiran.....	9

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	10
3.2 Metode Penelitian.....	10
3.3 Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	10
3.4 Alat Analisis Data	11

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Perkembangan Belanja Online pada Platform Shopee.....	12
4.2 Permasalahan atau Risiko Belanja Online.....	14
4.2.1 Risiko Kinerja	14
4.2.2 Risiko Waktu.....	15
4.2.3 Risiko Finansial.....	15
4.2.4 Risiko Psikologis.....	15
4.2.5 Risiko Keamanan	15
4.3 Bentuk Perlindungan Hukum Konsumen Belanja Online.....	15
4.3.1 Undang-undang Perlindungan Konsumen	15

4.3.2 Penjelasan Undang-undang Perlindungan Konsumen	18
--	----

4.3.3 Peraturan Komunitas Shopee	15
--	----

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	28
---------------------	----

5.2 Saran.....	29
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	30
-----------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan belanja online pada *platform* Shopee dan memaparkan bentuk perlindungan bagi konsumen secara umum dan konsumen pengguna *platform* shopee.

Penggunaan platform shopee pada Tahun 2019 menduduki urutan paling banyak digunakan oleh penggunannya, baik di Indonesia maupun kawasan Asia Tenggara .

Hasil dari analisis perkembangan belanja online yang dilihat dari pengguna *platform marketplace* pada periode bulanan tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 shopee memiliki ututan terbesar dengan jumlah pengguna 72.973.300 pengguna/pengunjung ditahun 2019 dan melonjak hingga 91% pada tahun 2020, berdasarkan pengguna oleh UMKM data tahun 2020 bahwa 82 % UMKM menggunakan Shopee sebagai media pemasaran produk dan sebesar 57% dari UMKM tersebut menilai bahwa omzet terbesar yang diperoleh dari *platform* shopee. Ada 5 risiko atau permasalahan yang dihadapi oleh konsumen disaat belanja online, yaitu kinerja, waktu, finansial, psikologis, dan keamanan. Bentuk perlindungan konsumen secara umum sudah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia yang berlandaskan pada Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 , dan Pasal 33, bentuk ini juga berdasarkan landasan penetapan hukum, asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999. Sedangkan bentuk perlindungan konsumen dari pihak Shopee juga sudah lengkap terera pada Komunitas Shopee.

Kata Kunci : *Online, Platform, Marketplace*, hukum

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Dalam perkembangan dunia modern yang serba digital, teknologi internet saat ini bukan hanya sebagai media informasi dan komunikasi saja, namun transaksi ekonomi juga dapat dipadukan dengan teknologi yang sering disebut dengan *e-commerce* atau transaksi elektronik. Teknologi internet juga mampu menambah pendapatan seseorang dalam perekonomian. Selain menambah pendapatan seseorang, internet juga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam berbelanja secara praktis yaitu dengan adanya toko belanja online / *online shop*.

Dalam waktu yang relatif singkat, perkembangan belanja online di Indonesia sudah sangat pesat. Ini ditandai dengan hadirnya berbagai toko online. Belanja online saat ini sangat marak dikalangan masyarakat, mulai dari kalangan remaja hingga tua yang mengerti dan paham dengan penggunaan *smartphone*. Banyaknya tawaran gambar yang menarik hingga tawaran harga yang terjangkau pada *online shop*, membuat ketertarikan masyarakat untuk berbelanja dan keinginan untuk menjadikan dirinya seperti yang ada pada gambar.

Belanja online merupakan suatu perdagangan elektronik dimana konsumen langsung membeli barang kepada penjual melalui internet. Pada belanja online tidak perlu bertemu penjual atau bertatap muka langsung, tidak membutuhkan lapak untuk berjualan, namun hanya dengan adanya *smartphone* dan koneksi internet sudah bisa melakukan transaksi dengan nyaman. Dengan adanya belanja online membuat semuanya lebih mudah, kita tidak harus bersusah payah pergi ke toko langsung untuk mendapatkan barang, cukup hanya dengan *smartphon*enya masyarakat sudah bisa memilih dan memesan barang yang diinginkan.

Saat ini telah banyak platform yang digunakan untuk belanja *online*. Di antaranya adalah situs web, media sosial, dan *marketplace*. Dari tiga platform yang tersedia, pelanggan paling banyak menggunakan *marketplace*, media sosial, kemudian situsweb. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena kemudahan dalam melakukan pembayaran. Pilihan untuk mencari produk lebih banyak, dan tawaran baik promo harga maupun diskon lebih bervariasi, sehingga *marketplace* akan lebih banyak diminati

Dalam data yang dilansir iPrice (2020), jumlah pengguna marketplace pada kuartal 3 tahun 2019 meningkat daripada kuartal tahun sebelumnya yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.1. Top 5 aplikasi *Marketplace* Indonesia dan Asia Tenggara Tahun 2019

Dari gambar 1.1 bisa dilihat bahwa *marketplace* dengan platform *Shopee* dengan posisi pertama yang paling diminati berdasarkan pengguna baik Asia Tenggara maupun pengguna Indonesia.

Teknologi ternyata mampu menciptakan peluang-peluang baru dalam bisnis dan ekonomi yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan melalui adanya toko dan belanja online. Namun, teknologi tersebut sekaligus juga mampu menciptakan peluang-peluang tindakan kejahatan, seperti adanya penipuan atas uang yang telah dibayarkan atau permasalahan atas barang yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan.

Permasalahan penipuan dan ketidaksesuaian barang yang ditawarkan merupakan dua permasalahan yang sering terjadi dalam belanja online. Dengan adanya permasalahan ini, sangat diperlukan peraturan atau hukum mengenai perlindungan konsumen khususnya konsumen belanja online.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis tentang perlindungan konsumen di Indonesia dengan penelitian yang berjudul “***ANALISIS PERKEMBANGAN BELANJA ONLINE PADA PLATFORM SHOPEE DAN STUDI BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN***”.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Pesatnya perkembangan toko belanja online yang membuat semakin mudahnya berbelanja dan bertransaksi secara online, namun sekaligus juga timbul permasalahan-permasalahan atas belanja online tersebut. Jadi, karena hal tersebut peneliti memiliki beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perkembangan belanja online pada *platform* shopee?
2. Apa sajakah permasalahan atau resiko atas belanja secara online pada *platform* shopee?
3. Bagaimana penegakan hukum atas perlindungan konsumen belanja online pada *platform* shopee?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan kecenderungan belanja online pada *platform* shopee?
2. Untuk mengetahui permasalahan atau resiko apa saja yang sering terjadi dalam belanja secara online pada *platform* shopee.

3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk penegakan hukum bagi konsumen belanja online pada *platform* shopee.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai penelitian awal yang dapat bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Untuk mengembangkan pengetahuan tentang transaksi ekonomi secara digital atau elektronik (*e-commerce*).
3. Dengan penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti khususnya dan masyarakat luas umumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. LANDASAN TEORI

2.1.1. Pasar (*Market*)

Pasar merupakan salah satu tempat terjadinya jual beli barang maupun jasa. Selain itu di dalam pasar terjadi hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Penjual dan pembeli dapat bertransaksi atau sepakat dalam akad jual beli. Transaksi yang disepakati meliputi barang, penjual, pembeli, dan harga barang. Selain itu, di pasar juga bisa melakukan tawar menawar yang tujuannya agar harga dari barang yang diinginkan bisa sepakat baik pihak penjual maupun pihak pembeli. (www.gramedia.com, 2021)

2.1.2. *Marketplace*

Marketplace merupakan media online berbasis internet (web based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka (Opiida, 2014).

Marketplace atau biasa disebut pasar daring adalah suatu platform di mana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara online. Marketplace menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur yang lainnya. Dengan begitu membuat setiap orang bisa melakukan aktivitas jual beli dengan memanfaatkan website *ecommerce* karena memiliki berbagai fitur dan kemudahan dalam sisi penggunaan dan efektivitas dalam memperoleh sebuah produk atau jasa. Situs marketplace bertindak sebagai

pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Bisa dikatakan marketplace adalah *deparment store* online. (liputan6.com, 2021)

2.1.3. Belanja Online

Belanja online (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui Internet (Mujiyana & Elissa, 2013). *Online shopping* atau belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung (Sari, 2015). Jadi, belanja online adalah proses jual-beli barang, jasa dan lain-lain yang dilakukan secara online tanpa bertemu dahulu antara penjual dan pembeli.

2.1.4. Konsumen

Kata “konsumen” berasal dari kata *Consumer* yang berasal dari bahasa Inggris atau *Consument* yang berasal dari bahasa Belanda yang artinya setiap orang yang menggunakan / mengkonsumsi suatu barang dan jasa.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat yang digunakan untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain, ataupun makhluk hidup lain yang tidak untuk diperdagangkan.

2.1.5. Hukum

Hukum adalah segala bentuk peraturan yang ditujukan oleh pihak atau kelompok tertentu ataupun masyarakat yang dibuat oleh masyarakat berdasarkan kesepakatan bersama atau yang dibuat oleh pemerintah.

Tujuan dari dibentuknya hukum adalah untuk mengatur dan menjaga hak-hak serta kewajiban agar tidak terjadi tumpang tindih serta menciptakan keadilan masyarakat.

2.1.6. Perlindungan Konsumen

Pengertian konsumen menurut Undang-undang Pasal 1 angka 2 UU Nomor Tahun 1999 tentang perlindungan 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.

Prinsip-prinsip mengenai kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha berdasarkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain:

a. *Let the buyer beware (caveat emptor)*

Doktrin let the buyer beware atau *caveat emptor* merupakan dasar dari lahirnya sengketa dibidang transaksi konsumen. Asas ini berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Prinsip ini mengandung kelemahan, bahwa dalam perkembangan konsumen tidak mendapat informasi yang memadai untuk menen tukan Pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Hal tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan konsumen atau ketidakterbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Dengan demikian, apabila konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha dapat berdalih bahwa kerugian tersebut akibat dari kelalaian konsumen sendiri.

b. *The due care theory*

Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama pelaku usaha berhati-hati dengan produknya, maka ia tidak dapat dipersalahkan. Pada prinsip ini berlaku pembuktian siapa mendalilkan maka dialah yang membuktikan. Hal ini sesuai dengan jiwa pembuktian pada hukum privat di Indonesia yaitu pembuktian ada pada penggugat, sesuai dengan pasal 1865 BW yang secara tegas menyatakan bahwa barangsiapa yang mendalilkan mempunyai

suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

c. The privity of contract

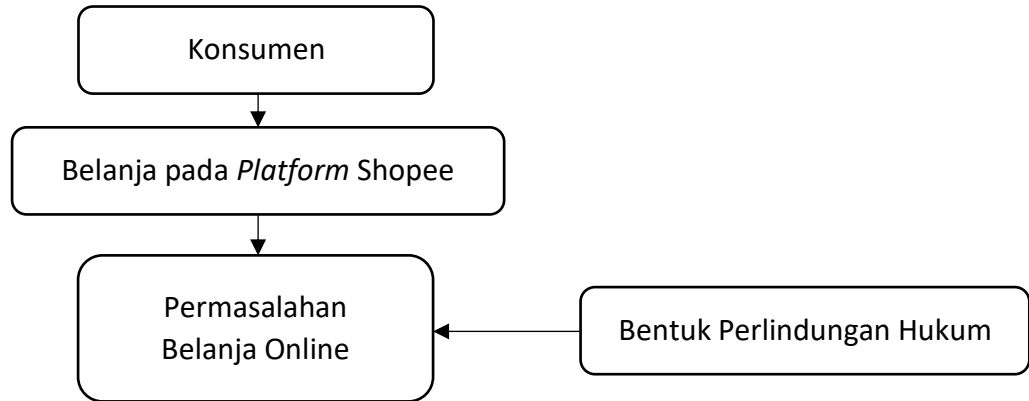
Doktrin ini menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang diperjanjikan. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam pasal 1340 BW yang menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya perjanjian hanyalah antara pihak-pihak yang membuat perjanjian saja.

Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yakni:

- a. Asas Manfaat Adalah segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas Keadilan Adalah memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas Keseimbangan Adalah memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Adalah untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas Kepastian Hukum Adalah pelaku maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

KERANGKA PEMIKIRAN

Berikut adalah bagan dari kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. OBJEK PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah sebuah kebijakan atau peraturan-peraturan yang berkaitan dengan perundang-undangan perlindungan hukum bagi pihak yang terlibat dalam transaksi online.

3.2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif adalah cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder. Data sekunder adalah data-data yang bersumber dari data yang sudah ada atau data yang sudah terdokumenkan, dalam hal ini bahan tersebut adalah bentuk bahan hukum.

Metode penelitian ini juga disebut dengan istilah penelitian doktrinal, yaitu penelitian yang menganalisis hukum, baik yang tertulis didalam buku, maupun hukum yang diputuskan oleh hakim melalui pengadilan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan, pendekatan fakta, dan pendekatan analisa konsep hukum. Permasalahan dikaji dengan menggunakan interpretasi hukum, serta kemudian diberikan argumentasi secara teoritik berdasarkan teori-teori dan konsep hukum yang ada.

3.3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA PENELITIAN

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Sehubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan yang dikumpulkan melalui literature, yakni

mempelajari ketentuan perundang-undangan tentang perlindungan hukum bagi konsumen serta berbagai pihak yang bertanggung jawab terhadap kegiatan transaksi online, dan mempelajari perundang-undangan lain yang menyangkut atau berkaitan dengan permasalahan penelitian ini.

3.4. ALAT ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini, data atau informasi yang diperoleh akan dianalisis dengan metode deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan, memaparkan, menggambarkan, serta menganalisis dan memberikan argument-argumen terhadap data-data atau informasi yang diperoleh.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Perkembangan Belanja Online pada Platform Shopee

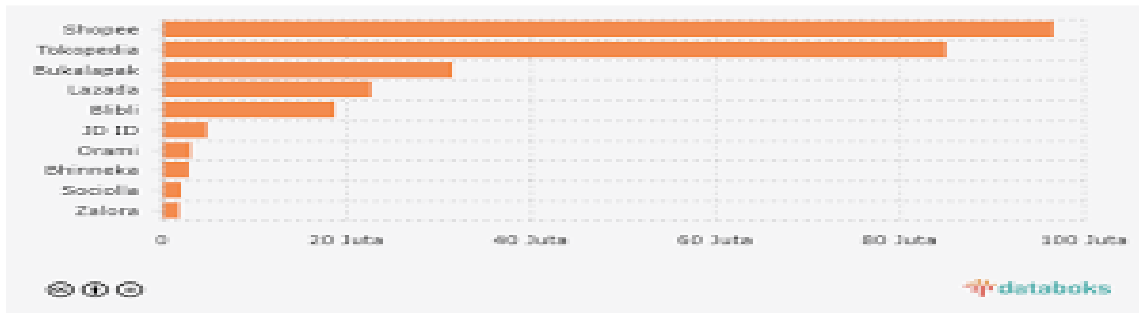
Perkembangan belanja online oleh pengguna/konsumen pada platform shopee yang didapatkan dari berbagai sumber, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1. Urutan besarnya pengguna platform marketplace menurut iPrice, pada periode kuartal IV tahun 2019

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1  Shopee	72973300	#1	#1	152280	3600020	14720	3799
2  Tokopedia	67900000	#2	#3	347950	1617380	891440	3865
3  Bukalapak	39263300	#4	#4	181210	964010	n/a	2672
4  Lazada	28383300	#3	#2	379020	1613690	8700	2606
5  Blibli	26863300	#5	#5	495180	921300	946880	1716
6  JD ID	13539300	#7	#6	27270	460960	1035970	1056
7  Fabelio	5853300	#32	n/a	560	170310	1212530	212
8  Bhinneka	5145700	#23	#19	70260	39110	8576510	595
9  Orami	3708300	#25	#20	6120	120740	226510	148
10  Zalora	2926300	#6	#8	67240	500340	1236120	515

Sumber : <https://id.techinasia.com/> 2020

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan bahwa per akhir tahun 2019 platform shopee menduduki urutan teratas sebagai marketplace yang sering dikunjungi oleh konsumen/ pengguna.



Sumber : <https://katadata.co.id/> 2021

Gambar 4.1. Pengunjung Bulanan Platform Marketplace dikuartal III tahun 2020

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa Jumlah pengunjung bulanan platform shopee pada periode kuartal III tahun 2020, menduduki urutan pertama diantara *platform marketplace* lainnya.



Gambar 4.2. Marketplace Penyumbang Omzet bagi UMKM pada Tahun 2021

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada Gambar 4.2, bahwa 57% UMKM menilai shopee adalah *marketplace* penyumbang omzet atau nilai penjualan terbesar dibanding *marketplace* yang lain.



Gambar 4.3. Penggunaan Platform Marketplace oleh UMKM pada Tahun 2021

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) yang dapat dilihat pada Gambar 4.3, bahwa pada tahun 2021 sebesar 82% UMKM menggunakan shopee sebagai *marketplace* untuk memasarkan produknya, artinya Shopee masih unggul sebagai *marketplace* yang digunakan oleh UMKM.

4.2 Permasalahan atau Risiko Belanja Online

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara random kepada konsumen yang berbelanja dengan cara online, baik melalui marketplace, situs web, dan aplikasi lainnya, diperoleh risiko-risiko atau permasalahan yang sering dihadapi setidaknya ada 5 masalah yaitu: kinerja, waktu, finansial, psikologis, dan keamanan.

4.2.1 Risiko Kinerja

Risiko pembeli online yang kemungkinan barang atau jasanya yang mereka beli tidak sesuai dengan yang diharapkan. Misalnya ketika barang sudah sampai di rumah dan ternyata barang tersebut berbeda dengan deskripsi maupun gambar yang diupload si penjual. Ini merupakan bentuk risiko kinerja penjual yang tidak baik.

4.2.2 Risiko Waktu

Kemungkinan kerugian yang bisa dialami oleh seseorang ketika melakukan transaksi secara online adalah karena proses pengiriman barang yang memakan waktu cukup lama. Bisa Anda rasakan sendiri ketika Anda berbelanja secara nyata, Anda bisa langsung mendapatkan barang tersebut, tanpa menunggu waktu pengiriman akibat berbelanja online.

4.2.3 Risiko Finansial

Adanya penipuan, pada saat belanja online ada kemungkinan barang tidak juga dikirim sampai dengan batas waktu pengiriman barang juga tidak dikirim. Atau keadaan barang yang salah kirim, ataupun hilang diperjalanan. Risiko dari sisi finansial lainnya adalah adanya barang yang diterima dalam kondisi rusak/cacat yang tidak bisa digunakan.

4.2.4 Risiko Psikologis

Mungkin akan merasa tidak nyaman ketika berbelanja secara online. Anda mungkin memiliki gangguan perasaan gelisah ketika Anda belum juga mendapatkan barang yang Anda beli padahal Anda sudah bertransaksi dari beberapa hari kemarin atau beberapa minggu.

4.2.5 Risiko Keamanan

Adanya penyalahgunaan informasi personal oleh pihak ketiga, *misalnya payment gateway* ini membuat anggapan bahwa risiko belanja online di Indonesia saat ini masih cukup besar. Kurangnya *trust* dari sebagian konsumen membuat mereka enggan untuk melakukan transaksi secara online.

4.3 Bentuk Perlindungan Hukum Konsumen Belanja Online

4.3.1 Undang-undang Perlindungan Konsumen

Undang-undang perlindungan konsumen memiliki beberapa asas. Selain itu perlindungan konsumen juga memiliki tujuan yang akan dicapai sebagai wujud terciptanya

konsumen yang merasa terlindungi. Hak sebagai konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia yang berlandaskan pada Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 , dan Pasal 33 yang dapat diketahui sebagai berikut:

1. *Hak dalam memilih barang*

Konsumen memiliki hak penuh dalam memilih barang yang nantinya akan digunakan atau dikonsumsi. Tidak ada yang berhak mengatur sekalipun produsen yang bersangkutan. Begitu juga hak dalam meneliti kualitas barang yang hendak dibeli atau dikonsumsi pada nantinya.

2. *Hak mendapat kompensasi dan ganti rugi*

Konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas kerugian yang diterimanya dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan. Apabila tidak adanya kecocokan dalam gambar maupun kualitas, konsumen berhak melakukan sebuah tuntutan terhadap produsen.

3. *Hak mendapat barang/jasa yang sesuai*

Konsumen berhak untuk mendapat produk dan layanan sesuai dengan kesepakatan yang tertulis. Sebagai contoh dalam transaksi secara online, apabila terdapat layanan gratis ongkos kirim, maka penerapannya harus sedemikian. Bila tidak sesuai, konsumen berhak menuntut hak tersebut.

4. *Hak menerima kebenaran atas segala informasi pasti*

Hal yang paling utama bagi para konsumen, guna mengetahui apa saja informasi terkait produk yang dibelinya. Produsen dilarang menutupi ataupun mengurangi informasi terkait produk maupun layanannya. Sebagai contoh apabila ada cacat atau kekurangan pada barang, produsen berkewajiban untuk memberi informasi kepada konsumen.

5. *Hak pelayanan tanpa tindak diskriminasi*

Perilaku diskriminatif terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk pelanggaran atas hak konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh produsen tidak boleh menunjukkan perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya

Perlindungan konsumen dibutuhkan untuk menciptakan rasa aman bagi para konsumen dalam melengkapi kebutuhan hidup. Kebutuhan perlindungan konsumen juga harus bersifat tidak berat sebelah dan harus adil. Sebagai landasan penetapan hukum, asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Asas Manfaat*

Konsumen maupun pelaku usaha atau produsen berhak memperoleh manfaat yang diberikan. Tidak boleh bersifat salah satu dari kedua belah pihak, sehingga tidak ada salah satu pihak yang merasakan manfaat ataupun kerugian.

2. *Asas Keadilan*

Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil dengan perolehan hak dan kewajiban secara seimbang atau merata.

3. *Asas Keseimbangan*

Sebuah keseimbangan antara hak dan kewajiban para produsen dan konsumen dengan mengacu pada peraturan hukum perlindungan konsumen.

4. *Asas Keamanan dan Keselamatan*

Sebuah jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengganggu keselamatan jiwa dan harta bendanya.

5. *Asas Kepastian Hukum*

Sebuah pemberian kepastian hukum bagi produsen maupun konsumen dalam mematuhi dan menjalankan peraturan hukum dengan apa yang menjadi hak dan

kewajibannya. Hal ini dilakukan tanpa membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak, serta negara menjamin kepastian hukum.

4.3.2 Penjelasan Undang-undang Perlindungan Konsumen

Sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa perlindungan konsumen diperuntukan untuk pemberian kepastian, keamanan serta keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen. Tujuan dibuatnya perlindungan konsumen dapat dijelaskan dalam dalam Pasal 3 UUPK 8/1999, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Sumber: <https://www.dslalawfirm.com/id/perlindungan-konsumen/> diakses tanggal 27 Desember 2021 pukul 11.00 wib

4.3.3 Peraturan Komunitas Shopee

Setiap *marketplace* yang baik harus memiliki peraturan-peraturan yang dijalankan untuk melindungi komunitas penggunanya, akan menciptakan rasa aman dan percaya. Begitupun marketplace pada platform shopee telah menetapkan peraturan-peraturan yang disebut dengan Peraturan Komunitas yang berisikan dan penjelasan sebagai berikut (<https://shopee.co.id/docs/3740> akses 29 Juni 2022):

A. Peraturan Komunitas

Kami bertujuan membangun komunitas yang bersahabat dan positif di Shopee. Oleh karena itu kami membuat Peraturan Komunitas sebagai petunjuk bagi semua pembeli dan penjual agar tetap terjaga lingkungan online yang aman dan menyenangkan dalam kegiatan transaksi. Melalui petunjuk ini Anda dapat mengetahui hal yang disarankan dan dilarang di Shopee! Dengan menggunakan Shopee, Anda berarti sudah menyetujui Syarat Layanan kami. Kami berkomitmen untuk menjaga lingkungan komunitas yang aman dengan adanya kerja sama dari semua pihak.

1. Hal yang disarankan

a. Berjualan, bukan memasang iklan

Shopee dirancang sebagai tempat untuk membantu transaksi antara pembeli dan penjual, bukan platform untuk memasang iklan. Oleh karena itu, semua produk yang Anda daftarkan harus berupa produk yang ingin Anda jual.

Berikut adalah beberapa contoh dari iklan :

- Menghubungkan halaman produk Anda ke situs web yang lain.
- Deskripsi produk atau gambar yang mengarahkan pembeli untuk menghubungi Anda via platform lain seperti Whatsapp atau Facebook dan platform komunikasi lainnya (Kami mengerti pentingnya komunikasi antara pembeli dan penjual. Oleh karena itu, Shopee telah menyediakan fitur Chat & Tawar untuk memfasilitasi hal tersebut).

b. Buat daftar tampilan toko Anda terlihat lebih menarik

Pembeli akan lebih tertarik jika Anda menggunakan kualitas foto yang bagus dalam daftar produk tokomu. Tunjukkan keahlian Anda dalam mengambil foto dan berikan foto dengan kualitas terbaik – Lihat tips dari Shopee [disini](#). Mulailah memberikan informasi tentang produk secara akurat dengan mencantumkan

deskripsi produk secara detil! Informasi yang lengkap membantu pembeli untuk berbelanja dengan aman. Melayani pembeli dengan sepenuh hati dapat memberikan kesempatan toko Anda untuk memperoleh rating yang bagus dan mendapatkan masukan yang baik dari para pembeli.

c. Jadilah penjual dan pembeli yang sopan

Kami ingin menjaga lingkungan yang aman bagi setiap orang untuk menikmati pengalaman menyenangkan dalam berbelanja mobile. Pastikan konten Anda agar tetap pantas dan sesuai dengan norma - hal ini berarti tidak mengandung bahasa atau kata-kata vulgar, kata-kata kasar, spam dan lain-lain. Sebagai komunitas di Shopee, kami meminta setiap pengguna untuk saling menghormati dan berkelakuan baik. Baik penjual maupun pembeli, ikuti petunjuk di sini untuk memastikan transaksi yang aman dan menyenangkan bagi setiap orang!

d. Jagalah reputasi Toko Anda

Ciptakanlah pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pembeli Anda dengan membalas pesan mereka secara cepat dan tepat. Pembeli dengan tingkat kepuasan yang tinggi akan lebih cenderung untuk berbelanja lagi dan memberikan penilaian yang bagus untuk toko Anda.

Jagalah reputasi toko Anda dengan menyiapkan stok barang yang cukup dan mengirimkan pesanan secara tepat waktu. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya pembatalan pesanan maupun pengembalian barang/ dana. Untuk memastikan bahwa setiap pengguna memiliki pengalaman berbelanja yang menyenangkan, Shopee akan mengirimkan notifikasi peringatan kepada penjual yang memiliki reputasi toko yang buruk. Pada beberapa kasus tertentu, Shopee dapat memberhentikan fitur-fitur eksklusif dari toko Anda (contoh: program gratis

ongkir, penjual terpilih Shopee), menurunkan peringkat pencarian produk Anda, membatasi atau menangguhkan akses ke akun toko Anda

Berikut adalah beberapa tips untuk menjaga reputasi toko Anda :

- Pantau serta perbaharui stok barang Anda setidaknya satu kali dalam sehari
- Berikan deskripsi produk secara detil dan jelas, dilengkapi dengan foto asli dari produk yang Anda jual.
- Tanggapi pesan pembeli secara cepat dan tepat waktu
- Pastikan kondisi barang Anda dalam keadaan baik sebelum pengiriman dilakukan
- Kemas pesanan secara hati-hati untuk menghindari kerusakan dalam pengiriman
- Respon permintaan pengembalian barang/ dana secara cepat
- Jika Anda ingin membatalkan pesanan dikarenakan kejadian-kejadian yang tidak terduga, pastikan untuk segera memberitahukan pembeli dengan memberikan alasan yang jelas

2. Hal yang dilarang

a. Melanggar Ketentuan Umum Produk Shopee

Produk yang dijual di Shopee harus menampilkan informasi yang jelas dan dapat dimengerti. Mohon untuk hanya menggunakan Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris untuk setiap produk yang dijual, karena sistem kami akan menghapus produk yang menggunakan bahasa lain demi kenyamanan pengguna. Kami juga akan membatasi jenis produk yang dapat diperjualbelikan di Shopee sesuai [Kebijakan Barang yang Dilarang dan Dibatasi.](#)

b. Nama dan Rincian Produk tidak relevan

Kami ingin seluruh pengguna Shopee mendapatkan informasi yang relevan ketika membuka sebuah halaman produk. Pastikan agar Foto, Nama dan Deskripsi Produk anda sesuai dan benar benar menampilkan produk yang ingin dijual. Setiap halaman produk hanya dapat digunakan untuk menjual satu jenis benda dan satu merk saja, kecuali jika produk yang dijual memang merupakan produk yang dijual secara paketan(bundling).

c. Foto Produk yang Mengandung Unsur Pornografi

Shopee merupakan platform yang dapat diakses oleh siapapun dan kami ingin menjaga kenyamanan seluruh pengguna. Anda dilarang mengunggah foto yang terlalu vulgar dan tidak sopan seperti foto yang menampilkan bagian dari alat kelamin manusia.

d. Mencantumkan kata-kata *spam*

Shopee melarang penggunaan kata-kata *spam* agar pengguna dapat mencari produk dengan mudah. Kata-kata spam merupakan kata yang tidak relevan atau tidak berkaitan dengan produk yang dijual.

Menambahkan nama merek, kata kunci atau *hashtag* yang tidak relevan akan menghambat proses pencarian produk, serta dapat menyebabkan produk dihapus atau diblokir oleh sistem kami. Contoh kata-kata *spam* yang dilarang:

- Menggunakan berbagai merek dalam satu nama produk. Contoh: Sepatu Olahraga Nike Adidas Puma Reebok Under Armour.
- Menggunakan kata kunci yang tidak relevan pada nama produk. Contoh: Jual sepatu celana jilbab gamis bagus. Selalu pastikan nama produk hanya memuat satu jenis barang yang sesuai dengan produk.

- Mencantumkan merek lain pada deskripsi produk selain produk yang dijual.
Contoh: Produk kami merupakan produk terbaik yang setara dengan produk Adidas, Nike, Puma, Vans dan sebagainya.
- Mencantumkan angka atau huruf yang tidak relevan pada nama produk.
Contoh: Kardigan Cotton On 234976779788666 atau Tas Consina QWERTYYIOPOPAS.
- Mencantumkan pengulangan kata berlebihan di nama produk. Contoh: Sepatu diskon diskon.
- Mencantumkan atribut merek yang salah atau tidak sesuai. Contoh: Jika produk yang dijual adalah Adidas, pastikan atribut dicantumkan dengan benar, bukan merek lain yang tidak relevan.

e. Mengapoad produk duplikat

Produk dikatakan sebagai duplikat apabila produk diupload berkali-kali tanpa ada perbedaan signifikan di antara mereka. Pengguna dilarang untuk mengupload produk duplikat dari akun manapun, termasuk apabila pengguna membuat akun berbeda untuk menjual produk yang sama dan berjualan dengan akun duplikat. Hal ini dapat menyebabkan produk Anda diblokir secara otomatis oleh sistem kami.

f. Menggunakan halaman produk lama untuk mengunggah produk baru

Halaman produk yang sudah memiliki penilaian dilarang keras digunakan untuk menjual produk yang berbeda. Berikut contoh dari penyalahgunaan halaman produk :

- Produk yang pertama dijual adalah sepatu wanita dengan banyak penilaian dari Pembeli. Saat stok sepatu wanita sudah habis atau produk sudah tidak dijual, Penjual mengubah foto, nama dan deskripsi sepatu wanita dengan tas wanita.

Dengan demikian, tas wanita tersebut langsung memiliki banyak penilaian yang sebenarnya adalah penilaian untuk sepatu wanita. Hal ini menyebabkan penilaian menjadi tidak akurat

Apabila Shopee mendeteksi hal tersebut, produk Anda akan dibatasi. Anda dapat mengembalikan rincian halaman produk ke produk awal paling lambat dalam 3 (tiga) hari atau produk akan dihapus.

g. Manipulasi Harga

Memanipulasi harga adalah sebuah pelanggaran dalam peraturan Shopee contohnya: mendaftarkan sebuah produk dengan harga yang sangat rendah dengan tujuan bukan untuk dijual ataupun dibeli oleh pengguna Shopee. Hal ini dapat menyebabkan produk Anda diblokir secara otomatis oleh sistem kami.

h. Mengarahkan Pembeli untuk transaksi di luar Shopee

Dilarang keras untuk mengarahkan Pembeli untuk melakukan transaksi di luar Shopee, seperti dengan mencantumkan nama, logo dan link tempat jual beli lain pada nama/ deskripsi produk/ toko Anda. Hal ini dapat menyebabkan produk Anda dihapus atau diblokir oleh sistem kami. Anda juga dilarang mencantumkan kontak pribadi seperti nomor handphone, whatsapp, maupun platform media sosial lain.

i. Pemalsuan Identitas

Penipuan dan pemalsuan identitas adalah pelanggaran berat di Shopee. Hargai hak orang lain dan tuliskan dengan jelas Jika Anda menggunakan foto orang lain (bukan foto sebenarnya). Berikut adalah contoh pemalsuan identitas :

- Mengumpulkan dan menggunakan data orang lain tanpa sepengetahuan mereka (seperti data diri, foto, dan data pribadi lainnya).
- Menyalahgunakan identitas orang lain untuk meningkatkan kredibilitas akun Anda.

Bantu kami untuk menciptakan komunitas yang kuat! Jika Anda menemukan pemalsuan identitas atau hal yang dijelaskan di atas, segera hubungi kami di sini.

j. Barang Palsu dan imitasi

Hanya produk asli yang dapat didaftarkan di Shopee. Perlu diperhatikan bahwa barang-barang palsu adalah ilegal dan dilarang di Indonesia. Shopee berhak untuk melaporkan dan menghapus barang-barang yang terbukti palsu

k. Penggunaan logo Shopee tanpa izin

Setiap penggunaan logo/ watermark Garansi Harga Termurah dan/ atau logo terkait Shopee lainnya untuk tujuan promosi dan/ atau tujuan marketing lainnya harus mendapatkan izin resmi dari pihak Shopee. Shopee berhak melakukan penghapusan dan/ atau penyesuaian konten, termasuk membatasi akun pengguna apabila diperlukan, untuk setiap penggunaan logo / *watermark* Garansi Harga Termurah dan/atau logo terkait Shopee lainnya yang terdeteksi tidak memiliki izin.

l. Menjual Jasa

Shopee tidak mengizinkan pengguna untuk menjual jasa dalam bentuk apapun.

m. Kebijakan Pengembalian Barang

Penjual diperbolehkan untuk menetapkan kebijakan pengembalian barang sendiri selama tidak berlawanan dengan Kebijakan Pengembalian Barang Shopee

n. Pelanggaran terhadap syarat layanan dan penipuan

Semua kode voucher dan Gratis Ongkir, diberikan kepada Penjual untuk membantu meningkatkan dan mengembangkan penjualan pengguna. Hal-hal di bawah ini dilarang keras dilakukan pada platform kami :

- Pemalsuan informasi penjualan
- Penyalahgunaan diskon produk dan Gratis Ongkir
- Penyalahgunaan Voucher

- Penipuan dalam bentuk apapun

o. Mengganggu aktivitas berjualan pengguna lain

Shopee berhak membekukan akun dan/ atau membatalkan transaksi dan/ atau memberikan poin penalti apabila pengguna ditemukan melakukan tindakan yang mengganggu aktivitas berjualan pengguna lain.

Kami memantau semua akun pengguna dan memastikan bahwa pengguna mematuhi semua peraturan komunitas kami. Pelanggaran terhadap peraturan ini dapat berdampak namun tidak terbatas pada tindakan di bawah ini:

- Penghapusan akun pengguna secara permanen
- Pembekuan dana Garansi Shopee untuk investigasi jika diperlukan
- Gugatan perdata dan/atau pemberian ganti rugi materiil dan immaterial

p. Panduan Komunitas Shopee Video

Anda dapat mengakses Panduan Komunitas Shopee melalui link ini: www.shopee.co.id/docs/7037

Setiap orang memiliki peranan penting dalam menjaga keamanan komunitas Shopee. Shopee terbuka bagi setiap orang untuk menggunakan platform Shopee dalam transaksi jual-beli. Dengan sikap saling menghargai, kita dapat menciptakan komunitas terbaik dalam berbelanja mobile. Jika Anda menemukan pelanggaran, Anda dapat memberitahu tim Shopee dengan melaporkan produk atau pengguna tersebut di sini. Perlu diperhatikan bahwa hal ini tidak menjamin penghapusan akun atau produk karena masih akan diproses melalui kebijakan Shopee.

Sebagaimana yang dapat dilihat mengenai peraturan *shopee*, terdapat aturan yang cukup detail tentang penggunaan dan syarat penjualan pada platform tersebut. Hal tersebut untuk menghindari kekeliruan konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut. Adapun tujuan perlindungan konsumen yang pertama berdasarkan Undang-undang No.8 Tahun

1999 Pasal 6 yaitu: “meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri” Tujuan perlindungan konsumen yang pertama telah direalisasikan pada aplikasi *shopee*. Hal ini dilihat dari peraturan kebijakan yang dikeluarkan *shopee* sebelum konsumen mengakses aplikasi tersebut. Tugas sebagai konsumen yang cerdas yaitu membaca dan memahami serta mengerti segala ketentuan yang tertera pada peraturan sebelum melakukan pembelian. Sistem transaksi dalam *e-commerce* memberikan harus memberikan informasi yang jelas terhadap pilihan barang yang sangat beraneka ragam pada situs belanja. Karena *shopee* merupakan *marketplace* dan juga bisnis *retail* informasi mengenai pilihan barang harus disediakan.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Rincian Anggaran Biaya penelitian.

Adapun ringkasan anggaran biaya dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut, sedangkan justifikasi anggaran biaya terlampir di lampiran 1.

Honor					
Honor	Honor jam/minggu (Rp)	waktu (Jam/minggu)		Jumlah Jam	Honorarium/tahun
Ketua	10,000	6	jam/minggu	72	Rp 720,000
anggota 1	10,000	6	jam/minggu	72	Rp 720,000
SUB TOTAL (Rp)					Rp 1,440,000
Peralatan Penunjang					
Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas		harga satuan (Rp)	Harga peralatan Penunjang (Rp)
Kendaraan	Pembelian Bahan Bakar untuk mengumpulkan data	20	liter	Rp 8,000	Rp 160,000
Pulsa Modem	Pembelian pulsa modem untuk mencari data pendukung penelitian	1	bh	Rp 50,000	Rp 50,000
SUB TOTAL (Rp)					Rp 210,000
Bahan Habis pakai					
Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas		harga satuan (Rp)	Harga peralatan Penunjang (Rp)
Pembelian kertas	Untuk pengetikan proposal penelitian dan hasil penelitian hasil	3	rim	Rp 45,000	Rp 135,000
Pembelian tinta	Untuk Proposal dan Hasil Penelitian	2	Botol	Rp 20,000	Rp 40,000
Memperbanyak Proposal Penelitian	Penyerahan Proposal Penelitian ke LPPM	4	rangkap	Rp 150,000	Rp 600,000
Memperbanyak laporan Hasil Penelitian	Penyerahan Hasil Penelitian ke LPPM	4	rangkap	Rp 150,000	Rp 600,000
Perbanyak Bahan penelitian	Foto Copy data Untuk penelitian	200	lembar	Rp 200	Rp 40,000
Pembelian Plashdisc	Untuk penyimpanan bahan dan hasil Penelitian	1	Unit	Rp 80,000	Rp 80,000
SUB TOTAL (Rp)					1,495,000
Lain-lain					

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas		Harga satuan (Rp)	Harga peralatan Penunjang (Rp)
Lain-lain (administrasi, publikasi, seminar, laporan, lainnya sebutkan)	Publikasi	1	rangkap	Rp 200,000	Rp 200,000
	Seminar hasil Konsumsi	10	Orang	Rp 10,000	Rp 100,000
SUB TOTAL (Rp)					300,000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN (Rp)					3.175.000

Lampiran. 2. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.

Jadwal pelaksanaan penelitian dibuat dengan tahapan yang jelas untuk 3 Bulan kegiatan dalam bentuk diagram batang (*bar chart*) seperti dalam tabel sebagai berikut :

Jenis Kegiatan	Minggu											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
persiapan Pembuatan Proposal	■	■										
Pengajuan Proposal Penelitian			■	■								
Evaluasi Proposal dan Seminar					■	■						
Persiapan Pengumpulan data						■	■					
Pengumpulan data								■	■			
Pengolahan data									■			
Pengumpulan Bahan Penelitian									■			
Persiapan pembuatan Laporan penelitian									■	■	■	
Menyusun laporan penelitian											■	
Penyerahan Laporan Penelitian												■