

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
YANG MENUNTUT KERUGIAN DALAM BELANJA
ONLINE DALAM PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

OLEH :

SANMANOS LUCIANO PARULIAN HUTABARAT

201810115205



PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
YANG MENUNTUT KERUGIAN DALAM BELANJA
ONLINE DALAM PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

OLEH :

SANMANOS LUCIANO PARULIAN HUTABARAT

201810115205



PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang
Menuntut Kerugian Dalam Belanja *Online* Dalam
Perspektif Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan Konsumen

Nama Mahasiswa : Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810115205

Program Studi/Fakultas : Ilmu Hukum/Hukum

Bekasi, 16 Juli 2022

MENYETUJUI,

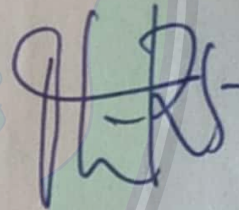
Pembimbing I



Anggreany Harvani Putri, SH., MH.

NIDN: 0319018502

Pembimbing II



Rama Dhianty, SH., MH.

NIDN: 0302057403

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang
Menuntut Kerugian Dalam Belanja *Online*
Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor. 8
Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen .

Nama Mahasiswa : Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810115205

Program Studi / Fakultas : Ilmu Hukum / Hukum

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2022

Bekasi, Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji

: Dr. Gatot Efrianto, S.H., M.H

NIDN. 0428027702

Penguji I

: Anggreany Haryani Putri, S.H., M.H

NIDN. 0319018502

Penguji II

: Dr. Dwi Atmoko, S.H., M.H

NIDN. 0316077604

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Hukum

Dekan
Fakultas Hukum

Clara Ignatia Tobing, S.H., M.H
NIDN. 0314029002

Dr. Ika Dewi Sartika Saimima, S.H., M.H., M.M
NIDN. 0312117102

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat
NPM : 201810115205
Tempat, Tanggal, Lahir : Bekasi, 1 Januari 2000
Prodi : Ilmu Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menuntut Kerugian Dalam Belanja Online Dalam Prespektif Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*" adalah benar-benar merupakan asli karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bekasi, 29 Juni 2022

Yang membuat Pernyataan,



Sanmanos Luciano Parulian H

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat
NPM : 201810115205
Tempat, Tanggal, Lahir : Bekasi, 01 Januari 2000
Prodi : Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (NonExclusive Royalty-free Rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENUNTUT KERUGIAN DALAM BELANJA ONLINE DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR. 8 TAHUN 1999"**.

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*) mendistribusikannya. Menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 29 Juni 2022

Yang membuat Pernyataan,



Sanmanos Luciano Parulian H

ABSTRAK

Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat. 201810115205. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menuntut Dalam Berbelanja Online Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.*

Perkembangan teknologi di era masa pandemi *covid-19* menempati kedudukan yang penting dalam memudahkan masyarakat, salah satunya internet. Pengguna internet bertumbuh dengan pesat baik pelaku usaha dan konsumen. Evolusi teknologi memberikan terobosan yaitu jaringan internet dalam skala global

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam berbelanja *online* melalui fitur *Marketplace* pada aplikasi social E-commerce yaitu *Facebook*. Dalam transaksi melalui *marketplace* memberikan efek negatif yang dapat merugikan bagi pihak konsumen, yang dimana cenderung tidak adanya perlindungan hukum. Pada dasarnya kewajiban dari seorang pelaku usaha menurut pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 menjunjung tinggi beritikad baik dan memberikan informasi yang benar dan jelas dalam melakukan kegiatan usahanya. Maka adanya perlindungan hukum terhadap konsumen memberikan jaminan dan memfasilitas untuk menuntut kerugian dalam melakukan transaksi jual beli secara langsung. Metode Penelitian ini adalah bahwa dalam sengketa penelitian yuridis normative dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*).

Hasil Penelitian ini juga menjelaskan bahwa dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam social *e-commerce*.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi Jual Beli, Sosial E-Commerce.

ABSTRACT

Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat. 201810115205. *Legal protection against consumers who require online shopping within the meaning of the law number. 8 of 1999 on consumer protection.*

Technological developments in the age of the COVID-19 pandemic occupy an important position in facilitating the community, which includes the internet. The number of Internet users is growing rapidly, both business players and consumers. The evolution of technology provides a breakthrough, namely the Internet network on a global scale

The issues examined in this study aim to explore forms of consumer redress when shopping online via the marketplace feature in social e-commerce applications, namely Facebook. Transactions through the marketplace have a negative impact that can be detrimental to the consumer who tends not to have legal protections. Basically, the duties of an entrepreneur under Section 7 of the Consumer Protection Act No. 8 of 1999 are to maintain good faith and provide correct and clear information when conducting its business. The existence of legal protection for consumers therefore offers guarantees and facilitates claims for damages in direct purchase and sales transactions. The research method is that a law approach, a conceptual approach, and a case approach are used in a normative legal research dispute.

The results of this study also explain that in disputes between consumers and entrepreneurs, the regulations on the protection of consumer rights are the Consumer Protection Act No. 8 of 1999, but this law does not explicitly regulate consumer rights in social e-commerce. In other words, it is difficult for consumers to protect social e-commerce businesses with Consumer Protection Law No. 8 of 1999 because social business actors are very difficult to reach in e-commerce.

Keywords: consumer protection, purchase and sale transactions, social e-commerce.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena kasih dan penyertaan Tuhan serta hikmat yang Tuhan berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul

"Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menuntut Kerugian Dalam Berbelanja *Online* Dalam Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh penulis terbuka untuk menerima berbagai kritik dari pihak untuk kesempurnaan akan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Ika Dewi Sartika Saimima, S.H., M.H., M.M. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Clara Ignatia Tobing, S.H., M.H. Selaku Kaprodi Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Sri Wahyuni, S.H., M.H. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat dan bimbingannya kepada penulis.
5. Anggreany Haryani Putri, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan dan jadwal yang sangat padat, ditambah ditengah pandemi ini untuk konsultasi membagi ilmu serta banyak mengarahkan dan memberikan bimbingan kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Rama Dhianty, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan dan mengorbankan banyak waktunya selama memberikan kontribusi pemikiran dan bimbingan kepada penulis sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Dosen Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala

ilmu Yang diberikan. Semoga menjadi ilmu yang berkah dan bermanfaat di dunia dan akhirat.

8. Keluarga Hutabarat dan Siahaan, kedua orang tua saya. Ayah Rondo Hutabarat S.H. dan Ibu Frida Elritana Siahaan serta Adik saya yang kecil kecil yang telah menjadi support sytem dan mendidik dengan penuh kasih sayang dan kesabaran, juga selalu memberikan penulis semangat dan doa ditengah proses pengerjaan skripsi ini.
9. Pomparan Opung Jistian, Uda Holong Hutabarat, Uda Randos Hutabarat, Bou Andi Melina Hutabarat, Alm. Bou Herta Hutabarat yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan S1 Sarjana Hukum.
10. Pomparan Opung Kevin, Alm. Tulang Kevin Siahaan, Tulang Ronald Siahaan, Tulang Liston Siahan yang memberikan masukan dan arahan kerasnya tentang kehidupan dan memberikan motivasi untuk bere bere nya.
11. Yulianti Siringo-Ringo S.Pd, selaku pacar saya yang turut mendukung dan memberikan bantuan tenaga, waktu dan semangat yang selalu senantiasa memberikan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini
12. Nancy Gloria Situmorang SH, Dewi Yulianti Hutabarat Lidya Gustina Gultom AMd. Kep, Indah Suciana Tinambunan AMd. Kep, dan Andi Dwi Octaviani SH. Selaku orang-orang yang mendukung penulis selama ini dan selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi.
13. Rekan-rekan Kelas C2 Malam yang telah menemani perjalanan hidup perkuliahan selama 4 (Empat) tahun di Fakultas Hukum Universitas Bhyangkara Jakarta Raya.
14. Ahmad Rizal, Nur'ain, Rahwindi Pangestus Atma, Novelsa Putri, Sindi Winarti yang telah memberikan dukungan, motivasi untuk penyusunan skripsi ini.
15. Bang Leondo Hutapea, Bang Frans Sihombing, Bang Khods dan teman teman pelayanan musik di Gereja HKBP SETIA MEKAR yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam Doa.

16. Kepada seluruh sahabat serta rekan-rekan saya yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, yang pastinya telah banyak membantu penulis baik secara moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karenanya penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang konstruktif guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis sampaikan terimakasih dan selamat membaca.

Bekasi, 29 Juni 2022



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Identifikasi Masalah	12
1.3. Rumusan Masalah	13
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Tujuan penelitian	13
1.4.2. Manfaat penelitian	13
1.5. Kerangka Teoritis, Konseptual dan Pemikiran.....	14
1.5.1. Kerangka teoritis.....	14
1.5.2. Kerangka konseptual.....	16
1.5.3. Kerangka pemikiran.....	19
1.6. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1. Teori Perlindungan Hukum.....	21
2.2. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	29
2.2.1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	29
2.2.2 Asas Hukum Perlindungan Konsumen	32
2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen	34
2.3 Tinjauan Umum Tentang Pihak-Pihak Terkait Hukum Perlindungan Konsumen.....	35
2.3.1 Konsumen	35

2.3.2 Pelaku Usaha.....	37
2.4 Hak dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha	38
2.4.1 Hak Dan Kewajiban Konsumen	38
2.4.2 Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	41
2.5 Teori Dasar Hukum Perjanjian.....	42
2.5.1. Pengertian Jual Beli	42
2.5.2. Syarat-syarat Jual Beli	44
2.6 Prinsip-prinsip Hukum Perlindungan Konsumen.....	46
2.6.1 Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan (<i>Liability Based On Fault</i>)	46
2.6.2 Praduga selalu bertanggungjawab (<i>Presumption of Liability</i>).....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1. Jenis Penelitian	50
3.2. Pendekatan Penelitian.....	51
3.3. Sumber Bahan Hukum	52
3.4. Metode Pengumpulan Bahan Hukum.....	53
3.5. Metode Pengolahan Dan Analisis Bahan Hukum	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.	55
4.1.1 Pengaturan Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang...58	
4.1.2. Kronologi Kasus Dan Hasil Wawancara Yang Di Lakukan Terhadap Beberapa Narasumber.....	63
4.1.3. Tinjauan Kasus Dengan Hukum Perlindungan Konsumen.....	68
4.1.4. Analisis Penulis.....	72
4.2 Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Konsumen Apabila Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Facebook.....	76
4.2.1 Analisis Penulis.....	82
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 KESIMPULAN.....	87
5.2. SARAN.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	98

DAFTAR SINGKATAN

Lambang atau singkatan	Arti dan Keterangan
UUD RI 1945	Undang-Undang Republik Indonesia 1945
UU	Undang-Undang
UUPK	Undang-Undang Perlindungan Konsumen
KUHP	Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
PP	Peraturan Pemerintah
BPSK	Badan Penyelesaian Konsumen
KBBI	Kamu Besar Bahasa Indonesia



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Sampai saat ini, *support system* terbaik dan paling setia hanyalah diri sendiri, semua di jalani sendiri, sehancur apapun keadaan yang menyemangati cuman diri sendiri".

"Until now, the best and most loyal support sytem is only myself, all on their own path, no matter how broken the situation is that only encourages yourself".

Persembahan

Karya tulis ilmiah ini kupersembahkan untuk:

- 1 Kedua orang tua saya, bapakku Rondo Hutabarat SH. dan mamaku tersayang Frida Elritana Siahaan yang sudah membesarkan saya dengan penuh pengorbanan serta senantiasa selalu memberikan dukungan kepada saya.
- 2 Adik Adik ku tercinta Steven Bona Ricky Hutabarat, Stanly Obama, Sophian Raphael Noel, dan Sandro Hutabarat, terimakasih sudah menjadi adik-adik yang sangat baik dan penuh perhatian.

Rekan-rekan saya yang sudah menemani perjalanan hidup saya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi di era ini terhitung sangat cepat, salah satunya adanya internet. Internet membawa dampak yang sangat besar bagi seluruh lapisan masyarakat dan berbagai aspek yang ada. Dengan internet hampir semua masyarakat melakukan transaksi jual beli. Hal ini membuat pengguna internet bertumbuh dengan pesat bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk bahkan menjadikan jasa jual beli melalui situs di internet.¹

Pada era globalisasi ini penggunaan media telekomunikasi dan teknologi informasi pada masa pandemi *covid-19* menempati kedudukan yang penting dalam memudahkan proses transaksi dalam dunia perdagangan. Menurut Jack Febrian mengatakan bahwa setiap perkembangan teknologi baik teknologi informasi dan telekomunikasi tentu mempunyai penerus generasi selanjutnya, dan perlu dengan adanya teknologi akan melahirkan peradaban zaman inovasi yang dinamakan kolaborasi. Setiap generasi yang akan datang tentu sangat diperlukan proses revolusi dengan menggunakan alat komunikasi yang dinamakan teknologi komputer atau melalui teknologi digital melalui *mobile* (Smartphone). Setiap inovasi memberikan terobosan dikenal dengan *Internetconnection Network Of Computer Nertworks* atau disebut jaringan internet dan komputer dalam skala global.²

Salah satunya yaitu jual beli melalui online sekarang ini (*Sosial E-commerce*). Menurut Debjano Nag dan Kamlesh K. Bajaj, *e-commerce* adalah suatu upaya pertukaran informasi dalam bidang usaha tanpa perlu memakai kertas, tetapi sebagai gantinya kegiatan ini menggunakan media seperti *Electronic Mail*, *Electronic*, *Electronic Data Interchange*, dan melalui jaringan internet lainnya.³

¹ Arsyad Sanusi. *Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*, Jurnal Hukum Bisnis, Th.29/No.1/2010, hlm. 5.

² Jack Febrian, *menggunakan Internet*, Bandung: Informatika, 2003, hlm. 3.

³ M.Arsyad Sanusi, *E- Commerce Hukum Dan Solusinya*, Bandung: PT mizan grafika sarana, 2002, hlm. 14-16.

Pada masa pandemi tentunya membuat suatu pergerakan dimensi yang baru dalam keadaan tak menentu yang dilakukan pemerintah menerapkan PSBB yang dilakukan oleh Menteri Kesehatan tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Sosial Berskala Besar sepanjang tahun 2020 dalam masa pandemi, *survey* menunjukkan adanya peningkatan dalam melakukan belanja *online*.⁴ Berdampak sangat signifikan akhirnya, dimana pada suatu titik memperkenalkan suatu sistem transaksi melalui secara dirumah saja dan mempersiapkan zaman serba *online* yang bernama *Electronic Commerce* atau dikenal oleh masyarakat yaitu *E-Commerce*. Kegiatan tersebut tentu berbuah manis pada masyarakat dan sangat mempermudah dalam segala aktifitas belanja *online* yang dilakukan oleh konsumen kalangan masyarakat.

Pengertian selanjutnya mengenai *E-Commerce* dipihak pelaku usaha dapat diartikan sebuah penuh semangat yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memperbaiki segi ekonomi terbenam akibat penurunan hasil pendapatan, pelaku usaha dengan penuh dinamis mengevaluasi secara cepat dengan mengikuti jaman era digital. Selanjutnya pengertian Pelaku usaha yang bekerjasama yang dinamakan *seller* melalui perantara untuk di dagangkan kembali, dan melakukan kerjasama dengan manufaktur atau perusahaan dengan terhubung secara mudah melalui jaringan internet *computer* atau melalui *mobile* smartphone yang ada dengan mudah untuk terkoneksi oleh pelaku usaha.

Adapun definisi *e-commerce* berdasarkan buku Bryan A. Garner terjemahan bebas didalam Bukunya Kamus Black's Law Dictionary Seventh Edition Platforms *E-Commerce* dapat dikonstruksikan sebagai berikut, *pertama*, efisien dalam transaksi jual beli barang dan jasa bahwa sangat mudah via internet dipergunakan melalui *online* dan sudah *tracking* melalui sistem. *Kedua*, efisiensi dalam bertransaksi yang digunakan pelaku usaha praktis dan mempermudah konsumen

⁴ Anam Bhatti, Hamza Akram, and Ahmed Usman Khan, "E-Commerce Trends during COVID-19 Pandemic The Impact Of Social Media Mobile Advertising On Consumer Perception And Consumer Motivation By Considering Mediating Role As Brand Image And Brand Equity View Project M.Phil Business Administration View Project," International Journal of Future Generation Communication & Networking, 13/No.2/2020, Malaysia, Universitas Utara Malaysia <https://www.researchgate.net/publication/342736799>

untuk menggunakan fitur yang telah disediakan oleh pelaku usaha dalam berbelanja.⁵

Pada tahun 2019, Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Dalam regulasi kebijakan Pemerintah Nomor 71 Tentang PSTE ini diatur mengenai transaksi elektronik salah satunya dapat dikatakan seperti kita ketahui pada masa pandemi covid-19 ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi sangat dibutuhkan masyarakat dan tentu menjadi tantangan baru yang dihadapkan oleh pemerintah dan masyarakat, tetapi akan terus dilakukan oleh Pemerintah Negara Republik Indonesia untuk membangun dan membuat pencapaian era teknologi ini semakin maju dan tidak tertinggal melalui zaman berikutnya.

Maka program yang sudah dibuat oleh pemerintah saat ini akan fokus mengikuti perkembangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara digital dengan menerapkan keamanan manusia dalam bentuk penegakan hukum baik masyarakat Indonesia ataupun kedaulatan negara atas informasi elektronik dan transaksi elektronik yang berlaku. Dalam pasal 1 ayat 1 di jelaskan bahwa struktur dan aturan sesuai dengan hukum yang berlaku mewujudkan sistem transaksi elektronik yang cepat dengan mempersiapkan, mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan dan menyebarkan informasi elektronik.⁶

Pengguna aplikasi khusus untuk perdagangan elektronik atau disebut *e-commerce* tentu sudah disiapkan untuk pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas dalam jual beli, Seperti contohnya dari aplikasi *Facebook* dan kini berganti nama menjadi Meta Platform dalam pengertiannya adalah sebuah situs platform yang dimana memberikan layanan jejaring sosial dimana para penggunanya bisa membagikan seperti video, foto, pengalaman pribadi, bisnis serta memberikan berkreasi didalam media sosial.

⁵ Bryan A Garner et.al (eds), *Black's Law Dictionary*, Seventh Edition, Saint Paul Minnesota: WestGroup, 1999, hlm. 530.

⁶ Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang *Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik* pasal 1 ayat 1

Tabel 1. 1

Perkembangan Sistem Pembangunan Teknologi Informasi Dan Komunikasi

Perkembangan sistem penjualan melalui media internet	
Tahun	Presentase
2019-2020	5,32%
2020-2021	5,59%

Sumber : Data Badan Pusat Statistik⁷

Tabel 1. 2

Perkembangan Sistem Penjualan Media Internet.

Perkembangan sistem penjualan melalui media internet	
Tahun	Presentase
2019-2020 ⁸	83%
2020-2021 ⁹	33,20%

Sumber: Data Pertumbuhan E-Commerce Indonesia

Facebook adalah salah satu sosial media yang sering digunakan dalam melangsungkan transaksi *online* di era globalisasi ini. Pada berkembangnya komunikasi dan telekomunikasi masyarakat menggunakan fitur seperti menuliskan obrolan dalam sebuah diskusi yang terdapat dua orang atau lebih, memperdagangkan produk bisnisnya yang bisa digunakan oleh setiap masyarakat, hingga akhirnya proses penjualan berjalan dengan mengikuti fitur pada penyedia aplikasi.¹⁰ Fitur-fitur didalam *facebook* berinovasi memberikan ruang untuk perdagangan didalam media sosial, seperti fitur *marketplace* yang dimana para

⁷Perkembangan Sistem Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi https://www.bps.go.id/pressrelease.html?katsubjek=14&Brs%5Btgl_rilis_ind%5D=11&Brs%5Btahun%5D=2019&yt0=Cari diakses pada 4 November 2021 Pukul 03.00 WIB

⁸Pertumbuhan e-commerce tahun 2019-2020 <https://faspay.co.id/2020/01/14/prediksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020/> diakses pada 4 November 2021 Pukul 05.13 WIB

⁹Pertumbuhan e-commerce tahun 2020-2021 <https://www.indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-e-commerce-semakin-gurih> diakses pada 5 November 2021 Pukul 19.00 WIB

¹⁰. A. A., & D. G, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam transaksi online melalui media facebook*, Jurnal kertha, 2021, hlm. 84-85.

pengguna dapat memposting produk, menawarkan produk serta memasang iklan produk-produk mereka untuk menjual produk dan jasa.¹¹

Facebook mempunyai kelebihan lainnya yaitu Dapat dikatakan bahwa penggunaan media elektronik sangat bermanfaat didalam keadaan pandemi sekarang mereka membuka dagangan melalui toko-toko *online* yang eksis dan memajukan dikalangan masyarakat Indonesia sebagai salah satu sarana untuk melakukan transaksi jual beli yang diinginkan. Atau *Product Awareness* merupakan langkah awal untuk membangun sebuah merek produk. Menurut Shimp sendiri¹² merupakan kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan, lebih jauh lagi, kesadaran merek adalah dimensi dasar dalam ekuitas merek. Namun dibalik segala kemudahan mempunyai dampak tersendiri didalam transaksi jual beli didalam media elektronik dan juga memberikan efek negatif yang dapat merugikan bagi pihak konsumen, diantaranya seperti produk yang dipesan tidak dikirim, tidak sesuai dengan barang yang dipesan ataupun masalah pada pihak penjual yang melakukan melawan hukum dan lain sebagainya.

Didalam permasalahan hukum terutama transaksi jual beli online tentunya Negara Indonesia merupakan negara hukum "*Rechtsstaat*" yang dimana sebelumnya tercantum dalam penjelesan Undang-Undang Dasar 1945, dirumuskan dengan tegas dalam Pasal 1 ayat (3) yang menyatakan, "Negara Indonesia adalah negara hukum" tersebut tentunya berlandaskan pada Undang-undang serta mempunyai landasan pokok pada negara hukum yaitu "*The Rule Of Law, Not Of Man*" yang dimana pemerintahan mempunyai landasan yaitu hukum harus ditegakan, bukan aturan dari manusia yang harus bertidak sebagai "*Squid game*" dari skenario sistem yang mengaturnya.¹³

¹¹ Mahir Pradana, *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, Jurnal Trunojoyo, Vol.9 No. 2/2015. <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>, diakses pada 5 November 2021 Pukul. 19.30 WIB.

¹² Auditya Herdana, "*Analisis Pengaruh Merek Brand awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance Studi Kasus Pada Pru Passion Agency Jakarta*", Shim, T.A., 2010, hlm. 6.

¹³ Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 1 ayat (3) *expressive verbis* dijelaskan bahwa "Negara Indonesia adalah Negara Hukum".

Masyarakat disebut konsumen saat menggunakan media internet untuk membeli suatu barang dan apabila dikaitkan dengan pengertian konsumen dalam pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen : “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”¹⁴

Masalah konsumen merupakan hal yang selalu hangat diperbincangan dikalangan masyarakat selalu aktual tentunya sangat menarik perhatian dikalangan masyarakat. Permasalahan konsumen selalu dipersoalkan dan tentunya tertuju untuk diperdebatkan. Didalam permasalahan tersebut tentunya mempunyai alasan dalam sebuah permasalahan. Salah satunya fakta sosial dikalangan konsumen bahwa adanya pelaku usaha dapat dikatakan buatan manusia yang tentu berkaitan dengan kesehatan seseorang, perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab pada nyatanya tidak terlepas dari unsur diluar kesehatan yang ada dan menjadi penyakit dikalangan masyarakat. Dalam permasalahan tersebut konsumen selalu berkaitan dengan isu konsumen yang dimana dilihat dari nilai-nilai keagamaan setiap manusia.¹⁵

Permasalahan konsumen selanjutnya dapat terjadi didalam setiap transaksi jual beli *online* terutama dalam pada masa pandemi *covid-19* yang dimana banyak sekali pihak penjual memanfaatkan untuk mengutungkan dan kurangnya perlindungan hukum kepada pembeli yang dimana berakibat kerugian terhadap konsumen dan berdampak perdebatan pada masyarakat yang “buta” akan hak-hak perlindungan konsumen yang baik. Keadaan ini turut memberikan perlindungan secara *fair* tidak bagi kalangan pelaku usaha untuk menciptakan kegiatan usaha yang bersih dan tidak merugikan oleh pihak konsumen.¹⁶

Peran penting hadirnya Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan yaitu dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Dalam Peraturan Pemerintah

¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 dan 2.

¹⁵ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dalam Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005, hlm. 1.

¹⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Nomor 71 Tentang PSTE ini diatur pada pasal 5 ayat 1 dijelaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan dan serta mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama sama kepada pengguna untuk keperluan dirinya atau keperluan pihak lain dan memastikan sistemnya berjalan dengan baik tidak ada penyebaran informasi elektronik atau dokumen terkait sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁷

Ketidakmampuan yang dihadapi konsumen dalam menghadapi oleh pelaku usaha sangat dilihat jelas melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan merugikan oleh pihak konsumen (masyarakat). Dalam fakta-fakta didalam lingkungan sosial tentunya harus mendapatkan atensi oleh Pemerintah agar tidak terjadi lagi didalam masyarakat dirugikan oleh pihak penjual supaya birokrasi pemerintahan tepat mengedepankan pertanggung jawaban oleh pihak penjual dengan didasarkan dengan etika dan moral serta adanya etika baik dari pelaku usaha yang berlaku didalam negara hukum Indonesia¹⁸

Contoh kasus 1

Transaksi jual beli online dialami seorang bernama Dewi Yulianti Hutabarat sebagai pembeli melakukan proses pembelian melalui *marketplace facebook*. Singkat cerita Dewi sedang melakukan transaksi jual beli sebuah jam tangan yang sedang dicari oleh Dewi, Dewi pun menghubungi pihak penjual di *marketplace* penjual tersebut. Dikarenakan jam tersebut mewah dan sedang promo dari harga 500.000 ribu diskon menjadi 350.000 ribu rupiah dengan melakukan pembayaran melalui COD (*cash on delivery*). Setelah barang tersebut tiba dirumahnya dengan proses COD Dewi merasa ragu untuk membayarnya dengan ketentuan kondisi barangnya tidak berat tetapi ringan seperti jam pada umumnya dengan harga 30.000 rupiah. Dalam proses pembayaran barang tersebut, dari pihak kurir membant Dewi untuk melindungi haknya dalam transaksi jual beli *online*, pihak kurir pun sudah sering menghadapi sangkut-paut dengan pihak penjual di *marketplace facebook*,

¹⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik pasal 5 ayat 1

¹⁸ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2001, hlm. 1

setelah dibantu oleh pihak kurir ternyata benar tidak sesuai dengan barang yang di foto iklan yang pihak penjual *upload* serta harganya tidak mendukung dengan barang yang diterima.¹⁹

Contoh Kasus 2

Terdapat beberapa kasus yang marak terjadi terkait dengan penggunaan sistem pembayaran *COD* yang justru menimbulkan kerugian pada pihak pembeli dikarenakan barang yang sampai tidak sesuai dan penyedia jasa ekspedisi pihak kurir yang mengantarkan pesanan menjadi pihak yang disalahkan oleh pembeli atas tidak sesuainya gambar yang diperlihatkan pada situs *E-Commerce* atau terkait produk yang dipesan tidak sesuai dengan yang datang (seperti ukuran, warna, beda produk). Melalui laman Kompas.com pada awal Mei 2021, pembeli yang melakukan protes kepada kurir yang mengantar dan mengatakan tidak ingin membayar dikarenakan saat barang yang telah dibuka tidak sesuai dengan yang telah dipesan. Dikarenakan pihak kurir tidak terima atas penolakan terhadap pembeli dan merasa bahwa dia hanya ditugaskan untuk mengantarkan dan menerima uang atas pesanan tersebut. Hal serupa juga terjadi pada bulan Juni 2021, Menurut berita yang viral di media sosial, terdapat video yang beredar di media sosial instgram @lambe_turah, terlihat perempuan pada saat itu ada memakai berbaju kuning berkali-kali mengeluarkan kata-kata kasar kepada kurir bahwa paket barang yang diterima tidak sesuai. Ketidakesesuaian terkait barang yang dipesan dari pihak penjual, maupun dari pihak pembeli yang menolak melakukan pembayaran dan pembatalan secara sepihak atas pemesanan akan menimbulkan kerugian bagi pihak penjual dan pembeli, serta kurir sebagai jasa pendukung atas sistem pembayaran *COD*. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan terdapat permasalahan mengenai pelaksanaan perjanjian jual beli online dengan menggunakan media *E-Commerce* yaitu penerapan asas-asas hukum yang melekat dalam pelaksanaan perjanjian, serta hak dan kewajiban bagi para pihak dalam perjanjian tersebut dan penyelesaian

¹⁹ Data ini diperoleh melalui serangkaian hasil wawancara dengan Dewi, Selaku Pembeli, Pada Tanggal 10 November 2021

sengketa akibat tidak terpenuhinya prestasi yang mengakibatkan masing-masing pihak merasa dirugikan.²⁰

Contoh Kasus 3

Kasus selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khadafi melakukan penelitian yang dimana dalam proses transaksi tentunya akan mendapatkan nomor resi Setelah deal melakukan transaksinya, dalam keterangannya bahwa pihak penjual memberikan nomer resi untuk melakukan proses pengecekan. Tentu proses seperti ini memberikan ruang ketenangan kepada konsumen mempercayakan seluruh kepada pihak penjual, karena dengan adanya nomor resi tercantum mengurangi resiko untuk tidak menipu. Dalam hasil penelitian Muhammad Khadafi bahwa barang tidak kunjung tiba, setelah dicek di website ternyata resi invalid atau mungkin barang datang hanya saja sangat jauh berbeda atau tidak sesuai. Selanjutnya Muhammad Khadafi melakukan penelitian terhadap narasumber lainnya yaitu bernama Intan bekerja sebagai wedding singer Jakarta melakukan pembelian baju dress yang akan digunakan ketika bekerja sebagai wedding singer. Mengingat instagram menjadi sosial media yang juga dimanfaatkan sebagai online shop dengan banyak pilihan, Intan memilih baju dress yang terdapat di instagram dengan nama @RauffaApparel. Setelah menentukan pilihannya dan melakukan transaksi pembayaran dengan total nominal Rp.1.000.000 rupiah. Intan menunggu barang yang dia beli di instagram dan setelah barang sampai ternyata tidak sesuai harapan. Baju dres yang dipilih intan di instagram tidak sesuai dengan kondisi fisik baju dress yang dia dapatkan baik dari segi warna maupun bahan yang dijanjikan. Hal ini salah satu kasus yang sering terjadi dalam transaksi *e-commerce*, produsen melakukan penipuan dengan menggunakan foto-foto palsu untuk menarik perhatian konsumen sedangkan barang yang dijanjikan tidak sesuai perjanjian baik dari segi bahan, ukuran maupun warna.²¹

²⁰ Afida Ainur, *Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran COD Pada Media E Commerce*. Jurnal Bina Mulia Hukum, 2022, hlm. 163.

²¹ Muhammad Khadafi, *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi E-commerce*, Skripsi, UIN, Jakarta, 2016, hlm. 61-62.

Pada dasarnya, pelanggaran praktik transaksi jual beli *online* kerap sekali melakukan monopoli produk atau dan tidak adanya perlindungan terhadap konsumen seperti telah dipaparkan diatas hirarki konsumen sangat terendah dalam menghadapi serta tidak terlindungi dalam perlindungan konsumen oleh para pelaku usaha, yang dimana tidak ada alternatif yang dapat diambil oleh pihak konsumen telah menjadi suatu “rahasia umum” dalam dunia jual beli transaksi *online* di media sosial.²²

Peristiwa diatas yang telah dilakukan penelitian, bahwa dalam permasalahan hukum didalam transaksi jual beli *online* di *e-commerce* cukup marak terjadi tidak hanya Dewi tetapi dikalangan masyarakat Indonesia pun menjadi suatu masalah didalam dunia jual beli *online*. Hanya saja tidak terekspos oleh media ataupun tidak terdata seperti inilah masyarakat Indonesia ketidaktahuan tentang bagaimana langkah-langkah hukum yang harus dilakukan setelah terjadi penipuan dan bagaimana prosedur dalam mengadukannya. Sehingga kecenderungan masyarakat hanya membiarkannya saja.

Sebuah peradaban dengan mengkolaborasi jaman digital tetapi perlu banyak di evaluasi dengan serius jika tidak ingin “mendapatkan masalah dan mencoba perbaiki sistem jual beli online” dikarenakan kurangnya perlindungan hukum dalam transaksi jual beli *online* yang merugikan konsumen, ketidaksiapan serta mengantisipasi Negara Indonesia dalam berbagai aspek yang dimana dilihat dari aspek hukum yaitu Merujuk pada pasal 1320 KUHP Perdata yang dimana sangat jelas bahwa didalam permasalahan hukun yang bersifat kekosongan hukum dalam jual beli *online* apabila tidak dipenuhi, maka transaksi tersebut dapat dibatalkan oleh pihak yang berkepentingan.²³

Berdasarkan pedoman pada undang-undang Nomor. 8 Tentang Perlindungan Konsumen maka masyarakat sebagai pembeli disebut sebagai konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum dari setiap pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* yang berakibat merugikan konsumen melalui media elektronik yang dimaksud sesuai dengan pada pasal 1 Angka 1 Undang-undang Perlindungan

²² *Ibid.*, hlm. 4

²³ KUHPerdata dan UNICTRAL, *Model Law On Electronic Commerce*, Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul Vol. 7, Desember 2011, hlm. 182-194.

Konsumen dijelaskan bahwa segala persoalan yang menjadi konflik dikalangan masyarakat adanya bentuk jaminan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.²⁴

Dalam Pasal 4 Huruf C Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa hak setiap konsumen mempertimbangkan sesuai dengan pedoman Undang-undang yang berlaku yaitu hak atas informasi yang valid, jujur dengan membuktikan dalilnya mengenai kondisi yang terjadi mengenai produk jaminan barang dan atau jasa.²⁵

Transaksi jual beli *online* permasalahan hukum sangat muncul dengan kondisi jarak antara penjual dan pembeli yang sangat relatif jauh bahkan ada didalam yurisdiksi hukum yang berbeda, bahwa dapat disimpulkan kalangan masyarakat dalam transaksi jual beli *online* tidak mengetahui lokasi penjual, tidak bisa memperjuangkan hak sebagai konsumen yang ingin mendapatkan kompensasi serta ganti rugi karena antara berbeda negara.

Permasalahan hukum kembali terjadi pada transaksi jual beli *online* setelah barang yang diterima oleh pihak pembeli, adanya unsur melanggar perbuatan hukum seperti merugikan pihak konsumen yang penjual beralih bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah diunggah melalui media elektronik dan adanya unsur penipuan. Karena sudah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak dari konsumen, sehingga konsumen dalam menjalankan transaksi *online* akan mendapatkan hak-haknya dan tidak dapat kerugian yang dikarenakan pelaku usaha yang berbuat tidak baik.

Kegiatan jual beli dalam transaksi elektronik diwajibkan memiliki kekuatan hokum seperti dalam kontrak konvensional.²⁶ Kontrak yang dimaksud seperti dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 17 UU ITE adalah kontrak elektronik yang merupakan perjanjian yang disusun oleh para pihak melalui sistem elektronik. Dalam transaksi terdapat ranah privat ataupun publik yang wajib menggunakan

²⁴ *Beberapa Aspek Hukum Terkait Dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen* pada Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

²⁵ *Ibid*, Pasal 4 Huruf C

²⁶ Ivana Kirty Lea Rantung, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Internet e-commerce* menurut Undang-undang Nomor. 11 Tahun 2008”, *Lex et Societatis*, Vol. 5, Agustus 2017, hlm. 89.

itikad baik dalam interaksi atau melakukan pertukaran informasi elektronik atau dokumen yang mendukung selama terjadinya transaksi, selanjutnya ketentuan berkaitan dengan penyelenggaraan transaksi elektronik diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Itikad baik memiliki nilai yang sangat tinggi dan wajib dalam kontrak elektronik dan tidak dapat dipisahkan dari asas itikad dari asas itikad baik tertuang dalam ketentuan pasal 1338 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata atau disebut KUHPerdata, menyebutkan bahwa “Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Secara tegas asas ini mewajibkan para pihak dalam membuat perjanjian yang berlandaskan pada itikad baik dan kepatutan yang memiliki pengertian pembuatan perjanjian antara para pihak harus didasarkan pada nilai kejujuran untuk mencapai suatu tujuan bersama dalam kehidupan bermasyarakat.”²⁷

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian hukum dalam permasalahan jual beli *online* yang berjudul **“PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENUNTUT KERUGIAN DALAM BELANJA ONLINE DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam ketertarikan penulis dalam pembahasan pada latar belakang diatas mengenai perlindungan terhadap konsumen yang menjadi konflik perselisihan antara penjual, dirasakan lemahnya sistem hukum dan penulis tentu adanya gesekan ketidaksesuaian dan kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam barang tidak sesuai dan adanya unsur penipuan, hal ini bertentangan dengan pasal 4, pasal 7 dan pasal 10 dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 10 dikatakan valid bahwa pelaku usaha dilarang untuk mengiklankan, mempromosikan, menawarkan barang atau jasa yang membuat pernyataan yang tidak benar. Penulis ingin mengetahui lebih pasti sejauh mana Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999

²⁷ Ery Agus Priyono, “Peranan Asas, Itikad Baik Dan Kontrak Baku Upaya Menjaga Keseimbangan bagi para pihak”, Diponegoro Private Law Review, Vol. 1, November 2017, hlm. 18.

Tentang Perlindungan Konsumen memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang merasa dirugikan dalam kasus Berbelanja Online yang dilakukan oleh pelaku usaha.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas di penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum yang dilakukan konsumen yang dirugikan dalam transaksi online melalui media *facebook*?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian dari rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam jual beli secara *online*.
2. Untuk mengetahui pertanggungjawaban penjual terhadap kerugian konsumen dalam transaksi jual beli *online* berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999.

1.4.2. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menambah wawasan yang lebih luas dalam bidang Hukum Perlindungan Konsumen dan memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang buta atas hak-haknya yang baik.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan segala hukum terhadap kasus jual beli *online* melalui media elektronik.
2. Manfaat praktis

- a. Memberikan kontribusi pemikiran dan pengetahuan serta wawasan bagi orang tua, masyarakat serta pemerintah dalam hal upaya pencegahan serta kekosongan hukum dalam permasalahan jaman digital
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perlindungan hukum khususnya kepada pihak konsumen untuk mencegah tidak terjadi lagi konsumen merasa dirugikan.

1.5. Kerangka Teoritis, Konseptual dan Pemikiran

1.5.1. Kerangka teoritis

Dalam kerangka teori hukum bertujuan untuk mengimplementasikan hasil-hasil penelitian dan menghubungkan dengan hasil-hasil terdahulu²⁸. Adapun teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan penerapan keamanan manusia serta memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Muktie Berpendapat, dan A.Fadjar mengatakan perlindungan hukum adalah secara sempit, yang dimana arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja terdiri dari suatu keadilan, kepastian, dan kedamaian²⁹. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subjek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.

2. Teori Perlindungan Konsumen

Pada 16 April Tahun 1985 Majelis Umum PBB berpendapat yang dimana dibahas tentang perlindungan konsumen mempunyai arti hak-hak yang diberikan kepada konsumen, hak dasar itu terdapat mengenai informasi yang jujur, benar,

²⁸ Burhan Ashsofa, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke II, Jakarta: Rineka Cipta, 1998, hlm. 12.

²⁹ Tesis Hukum “Perlindungan Hukum” diakses dari <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> pada tanggal 13 november 2021.

jelas dan tentu mendapatkan jaminan atas keamanan kepada masyarakat. Dalam pengertian hak konsumen mempunyai hak atas memilih, untuk mengungkapkan rasa tidak puas serta mendapatkan ganti rugi yang telah dilanggar dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tetapi kenyataannya, konflik transaksi jual beli online melalui media sosial kerap sekali menjadi korban, oleh sebab itu kurangnya kehadiran Pemerintah dan gagalnya sistem perlindungan terhadap korban konsumen yang dirugikan dan pengatur kegiatan produsen. Sebab itu, pemerintah belum mampu menjadi pengatur relasi yang adil antara konsumen dengan produsen. Seharusnya Pemerintah mampu mewujudkan keadilan melalui peraturan-peraturan dibawahnya agar tercipta serta memastikan tegaknya peraturan tersebut.

Dengan demikian, konsep hukum perlindungan konsumen tidak hanya mengacu pada tentang hak dan kewajiban kepentingan konsumen, tetapi juga hak serta kepentingan pihak produsen yang berimbang secara adil dan tidak diskriminatif

Kelemahan konsumen semakin terasa nyata dengan meningkatkan teknologi informasi serta adanya situasi dalam pandemi *covid-19* ini masyarakat menggunakan aplikasi belanja online dengan mudah, kondisi semacam itu, konsumen bingung untuk menentukan pilihan melihat secara tidak langsung keadaan produk yang akan dibeli. Kondisi demikian jelas merupakan factor-faktor yang tentu memperlemah para konsumen, oleh karena itu pelaku usaha secara tidak wajar dapat memanfaatkan peluang untuk merugikan pihak konsumen.

Ilmu konsumen terdapat teori hukum bahwa kedudukan produsen dan konsumen posisi seimbang. Hak konsumen dilindungi dan hak produsen dilindungi tidak perlu proteksi keduanya. Dalam keadaan seimbang tentu menentukan pilihan transaksinya, asas konsumen *let be buyer beware* harus bersikap hati-hati setiap transaksi jual beli produk yang dibutukannya pihak penjual.

Faktanya dalam transaksi jual beli melalui media sosial kerap terjadi di masyarakat disebabkan ketidakterbukaan oleh *produsen* mengenai keadaan produk yang ditawarkannya, secara umum tidak adil jika konsumen yang dipersalahkan dan kehilangan hak untuk menuntut pertanggungjawaban produsen.

Fakta selanjutnya bahwa berkembang teori menghasilkan kedudukan produsen selalu harus memiliki kehati-hatian dalam memproduksi barang dan jasa yang telah dibuat, maka kewajiban tersebut harus memiliki dasar yang paling utama ditanamkan dalam pihak produsen. Prinsip tanggung jawab itulah Produsen harus mampu mengetahui sifat atau keadaan barangnya, mulai dari proses produksi hingga sampai proses dipasarkan. Oleh sebab itu tanggung jawab yang diberikan sangat berat dan memiliki rasa tanggung jawab besar, jika tidak pihak produsen yang harus menanggung segala bentuk kesalahan yang jika terjadi suatu konflik di masyarakat dalam transaksi yang merugikan konsumen

Selama produsen berhati-hati dalam melakukan transaksi, mereka tidak akan menghasilkan produk yang merugikan konsumen. Dalam teori hukum bilamana produsen telah memperhatikan aturan yang berlaku dalam prinsip kehati-hatian, maka tidak akan dimintakan pertanggungjawaban atas produk yang cacat.

Artinya pihak konsumen yang dirugikan karena cacat suatu produk dapat melakukan haknya dengan menuntut pertanggungjawaban kepada pihak produsen tanpa lebih dulu membuktikan ada tidaknya suatu kesalahan pada produsen. Hal ini didasarkan kepada prinsip strict liability, dimana produsen seketika itu juga bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa mempersoalkan kesalahan dari pihak produsen.

Dari kenyataan inilah banyak aspek hukum berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai upaya pemberdayaan para konsumen. Hak-hak konsumen diupayakan secara optimal, dipermudah aksesnya untuk mendapatkan perlindungan hukum melalui ganti rugi dan sejumlah tuntutan yang menyangkut pada kepentingan konsumen.

1.5.2. Kerangka konseptual

Dalam kerangka konseptual, penulis memberi batasan mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menggambarkan konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dari arti-arti yang berkaitan dengan konsep. Adapun konsep tersebut yaitu:

- 1) Perlindungan konsumen adalah keamanan manusia dalam membentuk pertahanan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada pihak konsumen.³⁰
- 2) Konsumen adalah masyarakat yang menggunakan barang dan/atau jasa yang telah disediakan kepada masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³¹
- 3) Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang dibangun serta berkedudukan dan/atau melakukan kegiatan dalam zona wilayah hukum Indonesia, baik perorangan maupun melalui bersama-sama³² tentunya memiliki produk hukum dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan melihat aspek melayani konsumen memberikan jaminan yang diperdagangkan.³³
- 4) Jual beli adalah suatu wadah komunikasi yang terhubung dengan lainnya untuk melakukan transaksi tukar menukar, jual beli yang mempunyai nilai nilai terkandung pada aturan hukum kepada salah satu pihak menjual dan pihak lain bertransaksi untuk membelinya sesuai dengan kesepakatan atau/ perjanjian.
- 5) Risiko dalam perjanjian dalam teori hukum dikenal suatu paham yang disebut dengan *resicoleer* (paham tentang resiko), yang berarti setiap individu berkewajiban untuk memikul kerugian jika ada sesuatu kejadian diluar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang menjadi objek perjanjian. Paha ini timbul apabila terdapat keadaan memaksa (*overmatch*).

Pengertian risiko selalu dikaitkan dengan adanya *overmacht*, sehingga seharusnya ada kejelasan tentang kedudukan antara kedua belah pihak, yang

³⁰ Pasal 1 butir 1 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³¹ *Ibid*, pasal 1 butir 2

³² *Ibid*, pasal 1 butir 3

³³ *Ibid*, pasal 1 butir 7

dimana pihak pertama harus bertanggung gugat dan pihak kedua harus menanggung risiko atas kejadian-kejadian dalam keadaan memaksa³⁴

Perjanjian yang digunakan penelitian ini adalah perjanjian R. Subekti mengatakan, hal risiko dalam pandangannya adalah “ hal kewajiban tentu sangat berat untuk dilakukan seseorang, karena membahas tentang tumpuan amanah, tanggung jawab dan tentu memikul kerugian yang disebabkan karena kejadian diluar kesalahan salah satu pihak”, sedangkan menurut Sri Redjeki Hariono berpendapat, “tentu hal risiko suatu bentuk dimana setiap satu pihak tidak mau mengalami kerugian dan melakukan kesalahan, fakta dilapangan bahwa bentuk tersebut adalah ketidak pastian dalam waktu yang dimasa yang akan datang dalam hal risiko mengenai kerugian yang dialami setiap pihak.³⁵

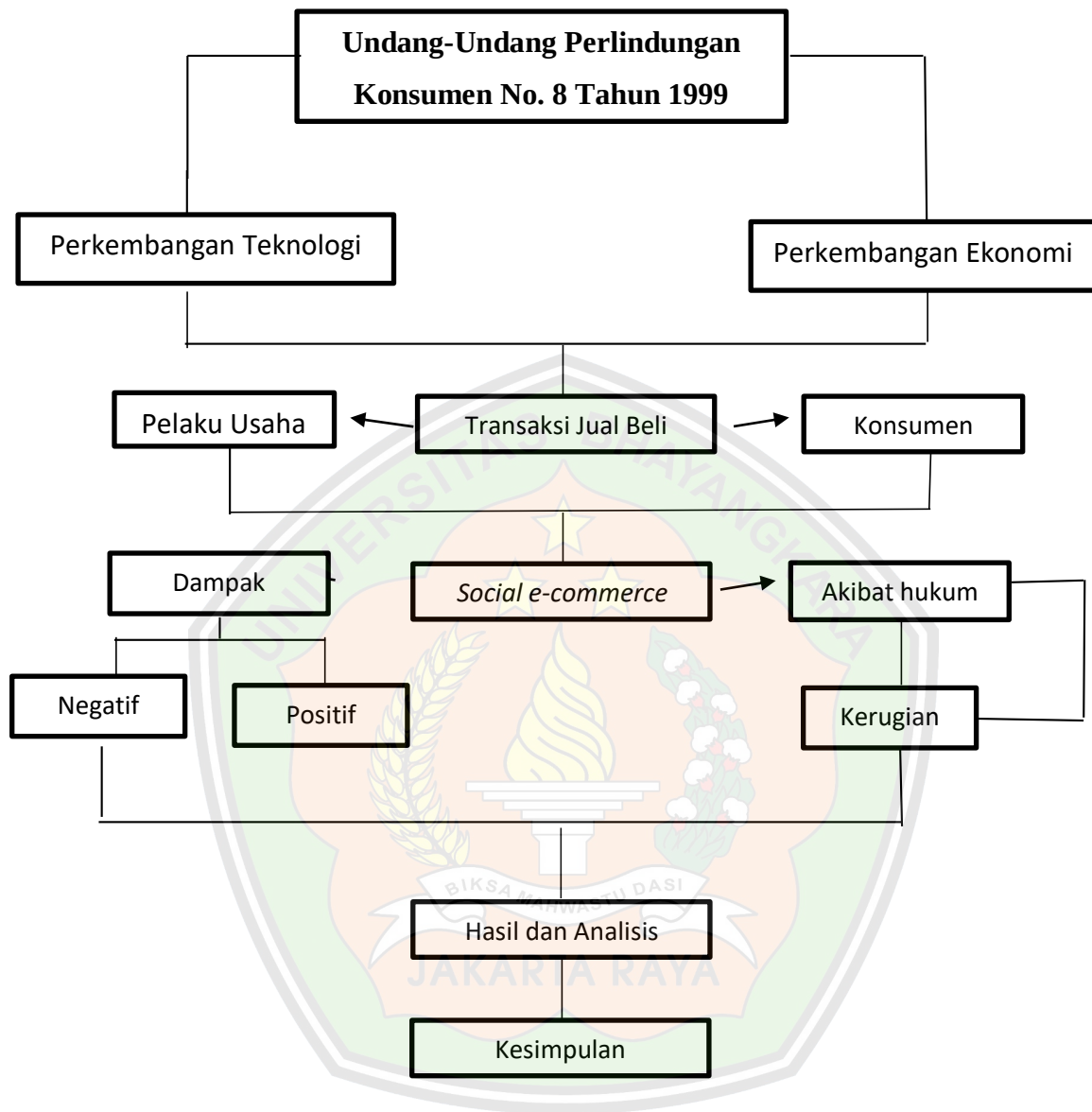
- 6) Sosial Media Facebook adalah suatu social media yang memiliki fitur-fitur pada aplikasi yang bisa digunakan oleh masyarakat berkomunikasi dengan pengguna lainnya baik jarak dekat ataupun jarak jauh. Seperti kita ketahui masa pandemi *virus covid-19* masih genting melakukan *protokol kesehatan*, dengan adanya wabah *virus covid-19* ini setiap aktifitas masyarakat menggunakan media komunikasi mulai dari pendidikan, bisnis dan entertainment³⁶. *Media social facebook* ini memang sudah tidak bisa diragukan akan populernya didunia pada era digital yang terus berkembang. Meskipun begitu, ternyata banyak orang yang tidak mengetahui perubahan serta logo terbaru dari *facebook* yaitu menjadi “*Meta*” meskipun telah berganti nama serta logo produk dari media social *facebook* masih bisa digunakan oleh kalangan masyarakat dalam transaksi Jual Beli.

³⁴ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, hlm. 13.

³⁵ R. Subekti, *Aspek-aspek Hukum Perikatan Nasional*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1988, hlm. 59.

³⁶ Mayasari Sasmito, *Pemanfaatan Media Sosial Online*, 2015, Jurnal: Banyumas, hlm. 21.

1.5.3. Kerangka pemikiran



1.6. Sistematika Penulisan

Guna memperoleh pemahaman terhadap skripsi ini secara keseluruhan, maka disajikan penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Dalam pendahuluan dijelaskan pendahuluan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis antara lain mengenai latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis, kerangka konseptual, kerangka pemikiran, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas mengenai pengantar dalam memahami pengertian-pengertian umum tentang pokok-pokok bahasan yang merupakan tinjauan yang bersifat teoritis.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini berisi gambaran rancangan penelitian yang meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber bahan hukum, metode pengumpulan bahan hukum, serta metode analisis bahan hukum yang telah dikumpulkan dan dikaitkan dengan cara berpikir penulis guna mendapatkan pemecahan masalah.

Bab IV: Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan dilakukan pembahasan dengan menghubungkan fakta-fakta atau data yang satu dengan yang lainnya, yang diperoleh dari hasil penelitian. Data tersebut kemudian dianalisis secara sistematis, terperinci dan kritis sesuai dengan metode pendekatan, dan kerangka teori yang digunakan untuk menganalisis masalah tersebut.

Bab V: Hasil Penutup

Pada bab ini mengurai hasil simpulan dan saran penulis. Simpulan menjelaskan secara singkat hasil penting yang diperoleh dan penginterpretasiannya sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Sedangkan saran merupakan sumbangan pemikiran penulis atau peneliti berupa rekomendasi yang diambil dari hasil pembahasan dan analisis rumusan masalah serta kesimpulan dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Perlindungan Hukum

Seiring perkembangan zaman, teknologi dan globalisasi pun pada akhirnya mendorong tantangan baru bagi pergerakan para pelaku usaha. Sesungguhnya faktor hukum dalam konteks Regionalisme yang dimana suatu keterkaitan antara faktor kebijakan membentuk kebijakan ekonomi yang ada pada suatu negara dengan negara lain yang mampu mendominasi pasar yang cukup sulit dalam tantangan globalisasi.¹

Seperti ketahui dalam kegiatan jual dan beli dalam masa *pandemic covid-19* sangat bermanfaat bagi setiap masyarakat yang beralih menggunakan teknologi canggih yang dinamakan *Metaverse Crypto* bagian dari internet yang dibuat semirip mungkin dengan dunia nyata dalam dunia internet tahap kedua.² Disisi lain pentingnya *Cyberspace* dalam sebuah ruang maya atau dikenal sekarang era elektronik yang dimana sebuah masyarakat beralih menggunakan teknologi canggih secara virtual yang berbentuk melalui komunikasi yang terjalin dalam sebuah platforms atau dapat disebut dengan *cyberspace*.³

Perkembangan teknologi membawa dampak cukup besar dalam perlindungan hukum perdata dan disusul dengan adanya *cyber law*. Dapat dikatakan bahwa kita melihat kejadian diruang maya penawaran perdagangan melalui sistem online hampir seluruh ruang gerak dunia maya karena adanya faktor kepentingan ekonomi masyarakat Indonesia yang memang tidak dapat dihindari berkembang pesatnya perdagangan dengan melakukan secara *online*. Hal ini tentu menjadi atensi kita semua, karena sistem konvensional menjadi sebuah urgensi dan menimbulkan tantangan baik secara teknologi,

¹ Gibbs, Jennifer et al, "*Environment and Policy Factors Shaping Global E-Commerce Diffusion: A Cross-Country Comparison*", dalam *The Information Society: An International Journal*, Vol. 19(1), 2003, hlm. 5-18

²"Istilah *Metaverse* semakin populer diperbincangan berbagai belahan dunia" diakses dari https://m.liputan6.com/crypto/read/4883161/semakin-populer-apa-itu-metaverse?new_experience=art_insertion pada tanggal 7 Maret 2022

³ Nudirman Murnir, *Pengantar Hukum Siber Indonesia*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017, hlm. 19.

globalisasi, ekonomi yang dimana menjadi tantangan baru yang harus dihadapi baik pemerintah dan masyarakat itu sendiri.

Seperti kita ketahui bahwa modernisasi dengan adanya Perkembangan teknologi dibuat maka tidak dapat dihindari baik segala aktifitas masyarakat Pihak Penjual melakukan penjualan melalui *online* atau Masyarakat tunduk pada aturan hukum yang berlaku mengaturnya dengan sistem online, tetapi faktanya sistem *online* belum regulasi dilapangan sehingga sulit dan menimbulkan perdebatan, sudah tidak bisa ditunda lagi. Hal ini disebabkan rasa ketidakadilan dan tentu harus tercipta didalam sistem hukum yang berlaku karena hal ini tentu saja mempengaruhi kepentingan ekonomi selain kepentingan hukum.⁴

Dalam bentuk perlindungan hukum terhadap masyarakat mempunyai banyak dimensi salah satunya yaitu perlindungan hukum. Adanya gesekan antara kepentingan individu (Masyarakat) dengan melakukan peminimalan sesuai dengan kehadiran hukum dalam masyarakat. Dalam Perlindungan hukum dikalangan masyarakat sangat terekpos, tentunya negara Indonesia merupakan negara hukum "*Rechtsstaat*" yang tercantum dalam penjelasan Undang-Undang Dasar 1945, Dirumuskan dengan tegas dalam pasal 1 ayat (3) yang menyatakan, bahwa " Negara Indonesia adalah negara hukum" dan mempunyai prinsip dan mempunyai landasan hukum harus ditegakan, bukan sebagai orang perorang yang harus bertindak sebagai "*Squid Game*" dari sistem mengaturnya.⁵ Terdapat beberapa pendapat para sarjana mengenai perlindungan hukum, antara lain :

- a) Philipus M. Hadjon Berpendapat bahwa, perlindungan hukum yaitu sebagai presisi memberikan bentuk tindakan ketelitian dalam melindungi kepada subjek hukum melalui perangkat-perangkat hukum yang ada. Bila dilihat dari pengertian perlindungan hukum diatas, maka dapat diketahui unsur-unsur dari perlindungan hukum, yaitu : Subjek yang melindungi, obyek yang akan dilindungi alat, instrument maupun upaya yang digunakan untuk tercapainya perlindungan tersebut.⁶

⁴ *Ibid.*, hlm. 20.

⁵ Merujuk pasal 1 ayat (3) *Undang-Undang Dasar Republik Indonesia* *expressive verbis* dijelaskan bahwa "Negara Indonesia adalah Negara Hukum"

⁶ Philipus M. Hadjon, dkk, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011, hlm.10.

b) Menurut Mustari berpendapat bahwa Dalam Pengertian jujur merupakan suatu tingkah laku masyarakat didasarkan sejak dini dalam mengupayakan menjadi dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam kehidupan sehari-hari dalam kehidupan keluarga, pekerjaan yang disertai dengan perbuatan dan tingkah laku seseorang terhadap dirinya maupun pihak lain. Jujur merupakan suatu karakter moral yang mempunyai sifat-sifat positif dan mulia seperti integritas tinggi, penuh kesabaran, dan lurus sekaligus tidak berbohong, curang, ataupun menguntungkan diri sendiri. Sebab itu karakter kejujuran ini dapat dilihat secara langsung dalam kehidupan masyarakat yaitu Asas Itikad Baik (*Goede Trouw*).⁷

Dari beberapa pengertian mengenai perlindungan hukum diatas, dapat disimpulkan bahwa akurasi menunjukan hasil perlindungan hukum sebagai pondasi hukum sebagai suatu sistem untuk melindungi kepentingan individu atas kedudukannya sebagai masyarakat dan langkah yang presisi mempunyai hak untuk menikmati martabatnya, dengan memberikan kewenangan padanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.

Menurut pasal 1 angka 1 UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa “Perlindungan Konsumen adalah “segala upaya yang menjamin hak-hak setiap orang dan adanya jaminan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen” Kalimat yang menyatakan “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian Hukum.”⁸

a. Perlindungan Hukum Dari sisi Pelaku Usaha

Secara umum bahwa perlindungan pelaku usaha harus taat pada aturan dan melakukan kewajibannya dalam melakukan segala bentuk usaha. Kewajiban dilakukan oleh pelaku usaha mencatumkan segala bentuk informasi yang ada dari segi website resmi dan platform yang mendukung dalam melakukan transaksi jual beli online secara digital. Fakta sosial yang terjadi informasi tersebut seperti nomor telepon baik pribadi atau

⁷ Mustari, M., & Rahman, M. T. 2011. *Nilai Karakter: Refleksi untuk Pendidikan Karakter* (Vol. 1). Laksbang Pressindo. <http://digilib.uinsgd.ac.id/15114/> diakses pada tanggal 17 maret 2022

⁸ Nosenius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004, hlm.131

perusahaan, alamat email saja masih kurang efektif dari identitas oleh pelaku usaha karena mengingat pelaku usaha merahasiakan data pribadinya dari sebagiannya.

Diharapkan dengan adanya kejujuran pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sebagai wujud perlindungan terhadap konsumen dapat menjamin presisi dalam kepastian hukum aman dan nyaman dalam komunikasi bagi konsumen yang bertransaksi, dan kegiatan bisnis antara konsumen dengan pelaku usaha mendapatkan keuntungan yang berkepanjangan karena konsumen mempercayai yang dijual atau diproduksi oleh pelaku usaha sesuai pada prinsip-prinsip yang telah ditetapkan pada UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku.

Setiap pelaku usaha tentu mencari keuntungan harus memperhatikan aspek ekonomi dan kebijakan pada kaidah-kaidah hukum yang berlaku sebagai norma/aturan dalam menjalankan usaha, sehingga seorang pelaku usaha yang berpegang teguh kepada hukum transaksi jual beli secara *online*, maka pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga akan mendukung dan menguntungkan pihak konsumen karena pelaku ini menyadari bahwa dirinya mempunyai posisi dominan dibandingkan konsumen.⁹

Pelaku usaha tidak melakukan penimbunan barang yang dimaksud untuk mendapatkan keuntungan yang besar yaitu ketika globalisasi menjadi berubah dan langka dipasar, permintaan menaik maka seorang otomatis harga menjadi tinggi, sehingga pelaku usaha dapat mengambil keuntungan yang lebih banyak didapatkan¹⁰

b. Perlindungan Hukum dari sisi Konsumen

Perlindungan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat urgensi bagi setiap masyarakat dikalangan manapun, sehingga mengasilkkan hal ini tentu akan diatur disetiap Negara begitupula dengan Indonesia. Masyarakat sebagai konsumen ini diatur didalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Masyarakat sebagai konsumen harus mendapatkan pengayoman atau perlindungan atau pengayoman dari penegak hukum termasuk kepentingan ekonomi.¹¹

⁹ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2018, Hlm.59.

¹⁰ Suhrawadi k. Lubis dan Farid Wadji, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014, hlm.27.

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Adapun definisi pengertian konsumen menggunakan sistem *COD* tentu mengikuti aturan yang berlaku dalam belanja *online*. Seperti berdasarkan terjemahan bebas yang dikutip dari *Cambridge Dictionary* dapat menitikberatkan pada kenyamanan dan juga keamanan dari ancaman bahaya sebagai berikut;¹² *pertama*, Sebuah metode bisnis. *Kedua*, Pihak penjual akan mengirimkan barang kepada pihak pembeli. *Ketiga*, untuk pembayaran akan dilakukan saat barang diserahkan kepada pembeli.

Sedangkan, definisi lain dari *COD* adalah penjual dan pembeli bersepakat untuk melakukan transaksi di suatu tempat dan pembayaran dilakukan pada saat penjual dan pembeli bertemu di tempat yang disepakati.¹³

Selanjutnya, definisi lain adanya jaminan perlindungan konsumen yaitu bersifat kerahasiaan data-data pribadi konsumen, karena dengan adanya data-data pribadi tersebut jika tidak dijaga akan kerahsiannya oleh pelaku usaha dapat diperjual belikan oleh pihak lain untuk kepentingan promosi. Disisi lain keberadaan UU. No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik merujuk pada pasal 31 Ayat (1) Menyatakan:¹⁴

Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan intersepsi atau penyadapan atas Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dalam suatu computer dan/atau Sistem Elektronik tertentu milik orang lain.

Grolier berpendapat, Pentingnya ada keterikat secara hukum dengan menerapkan saksi sebagai alat pemaksa, dengan diterapkan adanya keterikatan tentu melahirkan hukum menjadi kuat bagi para pihak didalamnya.¹⁵ hukum didefinisikan sebagai suatu standar menjadi acuan bagi setiap individu yang akan melahirkan hak dan kewajiban sistem dan aturan yang ada dalam masyarakat.

¹² I Wayan anf Gde Wiryawan, "*Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)*" I Wayan Gde Wiryawan," *Jurnal analisis Hukum* 4, no. 2 (28 September 2021), Universitas Udayana Bali, <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/JAH/article/view/3126>.

¹³ Cita Yutisia Serfiyani, Iswi Hariyani, and Serfianto D. Purnomo, "*Buku Pintar Bisnis Online Dan Transaksi Elektronik : Plus Tips Bijak Mendirikan Bisnis Online, Mengembangkan Bisnis Online, Belanja Online, Transaksi Online, Dan Menghindari Penipuan Online*" / Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D. Purnomo, Iswi Hariyani," Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=857973>.hlm 289

¹⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Pasal 33 Ayat (1). www.hukumonline.com/pusatdata.com Diakses pada 11 Maret 2022 Pukul 16.13 WIB

¹⁵ Grolier dikutip dalam Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hlm. 13.

c. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dari Sisi Produk

Adapun hak yang secara eksplisit dituangkan dalam Pasal UUPK Dalam menawarkan Produknya, Pelaku usaha diwajibkan untuk secara terbuka sebagai berikut;¹⁶

1. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen harus disertai informasi yang valid, tidak disesatkan yang sifatnya mendasar dalam segi kualitas produk (Asli, imitasi, baru, bekas jenis produk dan ukuran) disamping informasi-informasi lain yang relevan seperti keunggulan produk. Adnya informasi lengkap sangat membantu pihak konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Berdasarkan hasil penelitian untuk pelaku usaha di Indonesia dalam mengiklankan produk dan mendeskripsikan produk sangat minim informasi dan melakukan manipulasi data, hanya menyebutkan harga dan penjelasan singkat mengenai produk, yang akan menimbulkan konflik perdebatan antara masyarakat/Pembeli.¹⁷
2. Hak memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau dipergunakan.
3. Memberi jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diiklankan oleh pelaku usaha.
4. Informasi produk mengenai produk harus diberikan melalui Bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran lain dalam hal ini menuntut konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha bahasanya dapat dimengerti.

d. Perlindungan Hukum Dari Sisi Pembayaran COD

Dalam konteks jual beli dengan metode *COD* melalui *market place*, setidaknya ada 5 (lima) pihak yang terlibat, yaitu penyelenggara *market place*, penjual, penyedia jasa ekspedisi, kurir dan pembeli, sebagai berikut : ¹⁸

1. Penjual memperdagangkan barangnya di *marketplace*

¹⁶ Shidarta, *Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Grasindo, 2004, hlm.21.

¹⁷ *Ibid*, hlm.24

¹⁸ Erizka Permatasari, “Ogah Bayar Pesanan Cash on Delivery (COD), Ini Hukumnya! - Klinik Hukumonline,” www.HukumOnline.com, 2021, diakses pada 12 Maret 2022, pukul: 00.52 <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt60a78e8f5f1ca/ogah-bayar-pesanan-i-cash-on-delivery-i-cod-ini-hukumnya->.

2. Pembeli membeli barang dari penjual melalui *market place* setelah menyepakati barang, jumlah, harga, ongkos kirim, jasa ekspedisi, dan metode pembayaran yang tertera
3. Penjual mengemas barang pesanan pembeli dan mengirimkannya melalui jasa ekspedisi yang telah dipilih si pembeli
4. Barang tersebut kemudian diantar oleh kurir ekspedisi menuju alamat pembeli
5. Setelah barang sampai, pembeli menyerahkan sejumlah uang sesuai harga pesanan yang telah disepakati dengan penjual kepada kurir

Fenomena yang terjadi sekarang ini, transaksi jual beli *online* dengan metode pembayaran *COD* menimbulkan banyak permasalahan yang bermuara kepada kurir. Apalagi kurir hanya berstatus yang diisitilahkan sebagai mitra tanpa adanya kontrak kerja/hubungan kerja formal. Perusahaan ekspedisi mewajibkan kurir untuk mengganti ongkos kirim dan harga barang yang tidak mau dibayar oleh pembeli, konsekuensi apabila tidak dibayar maka untuk selanjutnya kurir tidak dapat melakukan pekerjaannya.¹⁹

e. Perlindungan Hukum Dari Sisi Iklan

Revolusi dalam pertumbuhan bisnis dan ekonomi mendapatkan dampak pembangunan dengan penapaian pertumbuhan ekonomi semaksimal mungkin, sehingga orientasi kegiatan terarah kepada mekanisme pasar dan optimalisasi pemanfaatan capital. Seperti diketahui Iklan merupakan salah satu sarana fasilitas diberikan dalam aspek pemasaran. Dalam pemasaran menggunakan iklan tentu sangat banyak dipergunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan aneka produk yang dihasilkannya kepihak Konsumen.²⁰ Oleh karena itu, tidaklah mengherankan apabila dari tahun ketahun *budget* yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk beriklan semakin bertambah besar jumlahnya menggunakan jasanya.

Dalam sector bisni yang dilakukan oleh pelaku usaha menggunakan jasa iklan dapat tergambar pada David Oughnton dan John Lowry mengakui bahwa dengan adanya media

¹⁹ Satria Trilaksana Akbar, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Aplikasi Shopee," diakses pada 20 Desember 2021, pukul 22.30.v2.eprints.ums.ac.id, 2020, <http://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/87878>. hlm 7

²⁰ Malcolm Leder, Peter Shears, *Frame Works Consumer Law, Fourth Edition*, London: Pitman Publishing, 1996, hlm. 116.

iklan, pelaku usaha melakukan pendekatan lebih kepihak konsumen, dengan menghasilkan beraneka ragam produk dengan keinginan oleh pihak konsumen.²¹

Setiap pelaku usaha pasti mengharapkan produk dipasar menimbulkan efek meningkat kepada khalayak/Konsumen yang dituju. Namun, bukan berarti efek yang mereka iklankan memberikan dampak besar untuk membeli produknya, tetapi membantu produk tersebut terkenal. Dengan perkataan lain, dampak iklan bersifat jangka panjang.²²

Yusuf Shofie berpendapat bahwa iklan termasuk salah satu dari 6(Enam) sebab potensial yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, yaitu sebagai berikut;²³

- a. Ketidaktahuan konsumen tentang penggunaan produk
- b. Ketidaksesuaian iklan/informasi produk dengan kenyataan
- c. Produk tidak sesuai dengan standar ketentuan/Peraturan Perundang-Undangan.
- d. Produk Cacat meskipun masih dalam garansi atau belum kedaluarsa
- e. Sikap konsumtif konsumen

Tidak hanya menimbulkan kerugian, media iklan juga memiliki kecenderungan sebagai penyebab timbulnya permasalahan hukum dan ketidakstabilan dalam masyarakat. Faktanya dapat terlihat, penyalahgunaan iklan dalam bentuk iklan-iklan yang menjerumuskan dan iklan menipu atau memperdaya konsumen, promosi, manipulative dan menyesatkan baik di media elektronik atau media cetak.²⁴

Pelaku Usaha yang tidak memiliki kemampuan untuk bersaing dengan pelaku usaha yang kuat, kerap kali terjadi dilapangan dengan berpikir pendek dengan melahirkan kebijakan-kebijakan yang tidak benar, walaupun faktanya dengan harus mengorbankan pihak konsumen.

Dampak itulah kerap kali terjadi di kalangan masyarakat antara lain, dengan mengurangi keberhasilan dalam persaingan, pemberian informasi yang tidak jelas bahkan cenderung menyesatkan, pemalsuan, dan sebagainya, pada akhirnya diperburuk dengan

²¹ David Oughton, Jho Lowry, *The Text Book On Consumer Law*, London: Black Stone Press Limited, 1997, hlm.81-83

²² Barbanand Sandage, *Reading in Advertising and Promotion Strategy USA*: Richard D Irwin Inc., 1968, hlm. 233

²³ Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, hlm.107

²⁴ Romy Rahmana, *"Studi Pemberlakuan Pasal-pasal yang terkait dengan periklanan Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia"*, Tesis, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2002), hlm.18.

masih banyaknya masyarakat (Konsumen) menimbulkan kerugian kepada konsumen.²⁵ Kondisi tersebut semakin diperburuk dengan masih banyaknya konsumen yang belum memahami akan hak-haknya, serta bersikap pasrah terhadap berbagai tindakan yang dilakukan pelaku usaha tanpa ada usaha nyata untuk menggugatnya melalui mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang telah tersedia.

Tindakan seperti tersebut penyelesaian sengketa konsumen ada peran negara hadir dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, tidak ada pro dan kontra dan melihat latarbelakangi oleh adanya ketidakseimbangan kedudukan dari pelaku usaha dengan konsumen. Secara ekonomis, pelaku usaha mempunyai kedudukan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan konsumen.

Tetapi Menurut Pasal 1338 Ayat (3) KUH Perdata, dalam asas sebuah perjanjian haruslah dilaksanakan dengan itikad baik. Itikad baik disyaratkan dalam hal “Pelaksanaan” dari suatu janji, bukan pada “Perbuatan”, sebab unsur itikad baik dalam hal proses pembuatan suatu perjanjian sudah terdapat didalam unsur kausa yang halal pada pasal 1320 KUH Perdata.²⁶

2.2. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

2.2.1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya peranan perkembangan hukum dalam konteks ilmu pengetahuan dan teknologi menghasilkan suatu ekonomi dan bisnis dipergunakan untuk masyarakat baik penjual/pembeli. Terkait dengan hal ini, pelaku usaha dan konsumen tentu tidak mendominasi pasar, selama konsumen masih memiliki hak untuk produk mana yang menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada pelaku usaha yang mampu menetapkan harga berlebihan atau menawarkan produk dengan kualitas rendah, selama masih ada produsen lain dan konsumen akan pindah kepada konsumen tersebut.²⁷

²⁵ A. Zein Umar Purba, “*Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan*”, Majalah Hukum Dan Pembangunan, No. 4 Tahun XXII/Agustus, 1992, hlm. 400.

²⁶ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 34.

²⁷ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Kencana, 2018, hlm.5.

Purba berpendapat bahwa harmonisasi pokok perlindungan konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha tentu saling membutuhkan, menguntungkan. Yang dimana keduanya merupakan produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan dan itu semua peran serta merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.²⁸

Dalam perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki payung hukum yang telah ditetapkan pada aturan hukum yang berlaku dan pasti, Perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimis. Adapun yang dimaksud dengan Perlindungan Menurut Pasal 1 Ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

*Perlindungan Konsumen adalah bentuk perlindungan dari produk hukum segala upaya yang menjamin hak-hak konsumen dalam bentuk kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Artinya, Pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam hal perlindungan terhadap hak-hak dan kepentingannya.*²⁹

UUPK membuat rumusan tentang perlindungan konsumen cukup di mengerti dan di pahami oleh masyarakat karena susunan kalimat yang mudah dipahami dan mencakup besar hal tentang jaminan perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen merupakan bagian cukup krusial yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan peran penting pemerintah, tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada diposisi yang lemah. Penyalahgunaan posisi monopolitis menyebabkan pelaku usaha membuat jenis produk yang terbatas dengan melakukan iklan tidak sesuai dengan aturan yang berlaku dan kejujuran terhadap produk yang dipromosikan.³⁰

UUPK hadir memberikan solusi kepada masyarakat yang menyatakan kepastian hukum ini diharapkan mengetahui seluk buluk para pelaku usaha kepada masyarakat untuk menjadi kuat memperjuangkan hak-haknya dan untuk meniadakan tindakan

²⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Bandung: Nusa Media, hlm. 18.

²⁹ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2006, hlm. 4.

³⁰ Abd Haris, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Makasar: Sah Media, 2017, hlm.4

sewenang-wenang para pelaku usaha yang akan mengakibatkan kerugian bagi para pelaku usaha yang akan mengakibatkan kerugian bagi para konsumen.³¹ Walaupun UUPK bertujuan memberikan perlindungan terhadap konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian sehingga UUPK ini juga mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha, dengan harapan menjadi dampak positif terhadap pelaku usaha yang lainnya untuk menjalankan usaha dengan aman dan pasti, dan tentunya konsumen pun merasa terlindungi dengan adanya UUPK No.8 Tahun 1999.

Menurut Pasal 3 UUPK, Perlindungan Konsumen bertujuan:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Menciptakan perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
3. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan bisnis
4. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.³²

Az Nasution mengakui, keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur bentuk hubungan dan perlindungan konsumen berkedudukan pada bidang hukum, baik tertulis atau tidak tertulis, ia menyebutkan dalam hukum perdata, hukum dagang, hukum pidana, hukum administrasi (negara) dan hukum internasional terutama pada konflik berkaitan dengan kepentingan masyarakat (Konsumen atau Pelaku Usaha).

Jadi Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan konsumen hakikatnya ada keterkaitan yaitu sama dan tidak perlu dibedakan satu dengan yang lainnya. Karena keduanya memiliki arti dan kesamaan satu sama lain, hal ini bertujuan untuk memberikan pengaturan hubungan yang seimbang pelaku usaha dan konsumen itu sendiri supaya hak-haknya konsumen terlindungi tanpa harus melupakan kewajibannya.

³¹ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen, Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2018, hlm. 39.

³² Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011, hlm. 1 – 22.

Abdul Halim Barkatullah mengatakan³³, pengaturan perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan cara;

1. Tujuan sistem perlindungan konsumen dibuat untuk memberikan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum pada UU
2. Memberikan Perlindungan kepada kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya
3. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik pelaku usaha yang mencoba menipu dan menyesatkan.

Dengan adanya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen beserta perangkat hukum berlandaskan pada asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur, masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia atau penggunaanya dalam penghidupan masyarakat, namun dalam hal ini konsumen tetap harus menjadi konsumen cerdas yaitu lebih mengedepankan keperluan dibandingkan keinginannya.

2.2.2 Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Berbicara mengenai undang-undang, harus diketahui bahwa undang-undang mempunyai asas yang tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman dasar terhadap suatu peraturan tersebut. Yang melahirkan sebuah aturan hukum dari satu asas hukum dapat menghasilkan lebih dari satu norma hukum hingga tak terhingga norma dan aturan hukum.

Menurut Bellefroid mengatakan, kedudukan hukum pelaku usaha dengan konsumen tidak terlepas dari adanya aturan mengenai keselarasan hukum yang terjadi antara para pihak. Secara umum hubungan-hubungan memiliki sifat publik dan privat dilandaskan dengan prinsip asas kebebasan, persamaan dan solidaritas. Dengan adanya prinsip asas kebebasan subjek hukum bebas melakukan apa yang diinginkannya dengan dibatasi oleh keinginan orang lain dan memelihara akan ketertiban sosial.³⁴

³³ NHT Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005, hlm. 18.

³⁴ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen, Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2018, hlm. 45..

Asas hukum mempunyai makna ibarat Hati peraturan hukum atas dasar dua alasan yaitu, asas hukum memiliki landasan yang cukup luas bagi lahirnya suatu produk hukum. Ini berarti bahwa mekanisme peraturan-peraturan hukum itu dapat dikembalikan kepada asas-asas hukum. Pengertian kedua, dapat disimpulkan asas hukum mengandung tuntutan etis, maka asas hukum diibaratkan sebagai pondasi jembatan antara peraturan-peraturan hukum dengan menerapkan cita-cita social dan pandangan etis dalam masyarakat.³⁵

Asas yang menjadi pedoman bagi UUPK No. 8 Tahun 1999 dalam Pasal 2 yang berisi “Perlindungan konsumen berasaskan keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan dan kepastian hukum”. Yang merupakan asas dari perlindungan konsumen adalah sebagai berikut;

1. Mendapatkan Keadilan yang dimana adil dalam pelaku usaha, belum tentu adil untuk konsumen
2. Mendapatkan asas keseimbangan setiap produk hukum perjanjian yang merasa dirugikan oleh pihak konsumen atau pelaku usaha haknya harus terlindungi dengan cara menanggung akibat/konsekuensi jika melakukan wanprestasi
3. Mencapai asas manfaat segala sesuatu upaya penyelenggaraan harus memberikan manfaat sebesar-besar untuk kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan
4. Mendapatkan keamanan dan keselamatan konsumen untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan suatu barang/jasa yang dipergunakan.
5. Mendapatkan Kepastian Hukum pelaku usaha atau konsumen menaati hukum yang berlaku dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dengan adanya pasal dua UUPK menciptakan pembangunan masyarakat yang berintegrasi berdasarkan pada sila-sila Pancasila, kelima asas ini dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: asas kemanfaatan konsumen yang didalamnya terdiri asas kemanan

³⁵ Sudikno Mertokusomo, *Penemuan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Liberty, 1996, hlm. 85.

dan keselamatan konsumen, selanjutnya asas keadilan yang meliputi asa keimbangan dan selanjutnya asas kepastian hukum³⁶

2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen

Achamd Ali³⁷ berpendapat setiap aturan-aturan memiliki tujuan Khusus begitu juga dengan UUPK yang mengatur tujuan khusus dan tujuan umum. Tujuan khusus ini hanya dapat tercapai secara maksimal jika didorong oleh substansi perlindungan yang diatur dalam undang-undang ini. Tanpa mengabaikan dalam kondisi masyarakat. Unsur masyarakat dalam konteks ini berhubungan pada kesadaran pada aturan hukum dan kepatuhan terhadap hukum. Dapat disimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen suatu aktifitas dalam masyarakat tentu ada dukungan dan kontrol oleh pemerintah dan masyarakatnya.

Tujuan UUPK No.8 Tahun 1999 dibuat merupakan sasaran akhir yang tentu harus dicapai dalam pelaksanaannya dibidang hukum Perlindungan terhadap konsumen. Dalam Pasal 3, disebutkan bahwa tujuan Perlindungan konsumen pada UUPK Pada pasal 3 sebagai berikut;³⁸

1. Memberikan sistem perlindungan terhadap konsumen dalam kepastian hukum dan adanya sarana tranparasi dan kejujuran pada informasi produk dan akses untuk mendapatkan sebuah informasi
2. Memberikan harkat dan martabat konsumen dan menghindari informasi kurang actual pada pemakaian barang dan/atau jasa
3. Mmberikan kepercayaan, kesadaran, kemampuan dan kemandirian kepada konsumen untuk melindungi diri
4. Memberikan atas memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
5. Memberikan kesadaran terhadap pelaku usaha mengenai pentingnya Perlindungan konsumen sehingga tumbuh bersama sama dalam sikap jujur pada kualitas barang/jasa (kenyamanan, keamaan, keselamatan kosumen) dan bertanggung jawab dalam melakukan berusaha.

³⁶ Ahmad Miru Dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Chandra Pratama, 2015, hlm. 96.

³⁷ Ahmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta: Chandra Pratama, 1996, hlm. 96.

³⁸ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 pasal 3

Maka ke lima tujuan khusus perlindungan hukum tersebut memberikan keadilan, kemanfaatan, kepastian hukum.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Pihak-Pihak Terkait Hukum Perlindungan Konsumen

2.3.1 Konsumen

Berdasarkan UU NO. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bukanlah kata baru dalam literature kepustakaan. Pada hakikatnya setiap masyarakat (Individu) dalam menjalankan aktifitas kesehariannya adalah konsumen. Hanya dalam kedudukan sebagai konsumen seseorang tidaklah menyadari akan hak dan kewajiban yang melekat pada dirinya sebagai konsumen.³⁹

UUPK ini terasa membawa angin perubahan yang sangat diharapkan akan menjadi argumentasi hukum ketika perdebatan-perdebatan konsumen tampak dipermukaan. UU ini sebenarnya juga memberikan suatu posisi tawar-menawar bagi konsumen sekaligus menciptakan aturan main yang *fair* bagi semua Pihak.

Konsumen dapat dikatakan bahwa setiap pengguna baik barang/jasa yang telah disediakan oleh pelaku usaha untuk kepentingan masyarakat dalam melakukan transaksi untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan mulai dari bayi hingga pada manula rakyat atau masyarakat.

Aulia Muthiah berpendapat⁴⁰ pengertian konsumen dapat dikatakan setiap badan hukum atau buka badan hukum melakukan pemakaian terhadap produk barang/jasa yang dilakukan dalam proses jual beli atau melalui mekanisme proses pemberian atau hadiah, dan produknya tersebut bisa dikonsumsi langsung atau pemberian kepada orang lain.

Pengertian Konsumen dalam UUPK ini memberi batasan, pada pasal 1 ayat (2) dalam kepustakaan ekonomi dikenal sebagai konsumen komersial, konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen komersial adalah subjek yaitu konsumen/pelaku usaha mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk produksi barang atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Pengertian konsumen antara adalah konsumen

³⁹ *Ibid*

⁴⁰ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2018, hlm.51.

yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi untuk diperdagangkan kembali, sedangkan konsumen akhir adalah pengguna terakhir dari suatu produk. Penggunaan istilah pemakai dalam UUPK Menunjukkan pengguna produk untuk dirinya dan keluarganya atau orang lain tanpa melalui transaksi jual beli, dan konsumen akhir ini dapat dikatakan orang atau badan hukum yang menggunakan barang secara langsung⁴¹

Konstruksi pasal 8 UUPK tersebut kemudian menjadi bias jika dihadapkan pada beberapa fakta persoalan yang timbul berkenaan dengan hak-hak konsumen, antara lain:⁴²

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, menyentuh dan melihat barang yang akan dipesan
2. Ketidakjelasan informasi tentang produk (Barang atau Jasa) yang ditawarkan dan tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi
3. Tidak ada kejelasan status subjek hukum dari pelaku usaha
4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta kejelasan terhadap risik-risiko yang berkenaan dengan sistem yang dilakukann, khususnya pembayaran elektronik, baik dengan credit card maupun pembayaran melalui electronic cash, dan pembayaran melalui *cash on delivery* (COD)
5. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual-beli diinternet atau transaksi lainnya, pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh konsumen. Adapun barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman bukan penerimaan barang.

Jadi pada hakikatnya bahwa perlindungan konsumen ini dapat dikatakan bahwa mempunyai batasan karena perolehan barang atau jasa itu oleh konsumen, karena hubungan hukum jual-beli, sewa menyewa, pemakai atau peminjam dalam bentuk jasa angkutan perbankan, konstruksi asuransi dan sebagainya, akan tetapi lebih kearah

⁴¹ Undang-Undang No. 8 pasal 1 ayat 2 tentang perlindungan konsumen

⁴² Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hlm. 312.

peenrapan pemberian sumbangan, hadiah-hadiah baik berkaitan dengan komersial (promosi barang atau jasa, pemasaran) maupun dalam hubungan lainnya.

2.3.2 Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 Ayat (3) Undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian dari sisi pelaku usaha, yaitu: “Pelaku usaha dapat disebutkan sebagai menjadi 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 berlandasan Undang-Undang Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan aktifitas usaha pada berbagai bidang ekonomi, BUMN, Pedagang, distributor, dan lain-lain⁴³

Dalam pengertian Pelaku usaha UUPK memberikan pengertian tidak mencakup eksportir karena UUPK membatasi dengan orang perseorangan atau badan usaha yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

Pada pasal 8 ayat (1) menyebutkan bahwa pelaku dunia usaha dilarang melakukan, memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, keterangan pada iklan atau promosi penjualan barang/jasa tersebut. Lebih lanjut pada pasal 8 ayat (2) menegaskan bahwa pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan barang dalam keadaan rusak, cacat atau tercemar tanpa memberikan informasi lengkap dan benar atas keadaan barang dimaksud.⁴⁴

Maka UUPK membuat pengertian tersendiri terhadap pelaku usaha sangat luas hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam menuntut kerugian, konsumen yang telah dirugikan sebagai akibat dari menggunakan suatu produk dapat dengan mudah mencari pihak mana yang harus dituntut. Untuk proses penyempurnaan suatu UU akan lebih baik jika memberikan rincian sebagaimana dalam mengajukan

⁴³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2001, hlm.17.

⁴⁴ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 8 ayat 1

tuntutan, sehingga konsumen dapat lebih mudah jika dirugikan dalam penggunaan produk.

2.4 Hak dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha

2.4.1 Hak Dan Kewajiban Konsumen

Seiringnya terjadi pelanggaran terhadap masalah perlindungan konsumen dan UUPK dikarenakan salah satunya adalah ketidaktahuan konsumen atau pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka. Walaupun dalam UUPK hal itu diatur dalam UUPK, tetapi kenyataannya tidak sedikit masyarakat yang belum pernah membaca dan mengetahui tentang keberadaan dari UUPK itu sendiri. Maka dari itu penulisan ini buat untuk mengetahui bagi konsumen hak dan kewajiban mereka dalam aktifitas ekonomi yang dilakukannya.

Menurut kajian hukum umumnya yang dimaksud hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh produk hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Pada hakikatnya kepentingan ini mengandung unsur kekuasaan yang dijamin dan lindungi oleh produk hukum dalam melaksanakannya.⁴⁵ Berikut ini adalah hak yang terkait dengan hubungan hukum perlindungan konsumen yaitu;

1. Dari kodrat manusia sebagai manusia yang diciptakan oleh Maha Pencipta disebut Hak Asasi yang dimana, manusia mempunyai sejumlah hak sebagai manusia dan untuk mempertahankan kemanusiaannya, misalnya hak hidup, dan kebebasan yang berhubungan dengan sifat manusia.
2. Hak dari lahir dari hukum, yaitu hak hukum atau hak dalam artian yuridis, yaitu hak-hak yang diberikan oleh produk hukum yang telah dibuat oleh negara kepada manusia dalam kedudukannya sebagai warga negara seperti untuk memberikan hak suara, hak untuk memberi keterangan/pengakuan dalam status hukum dan lainnya yang berhubungan dengan hukum.
3. Hak dari lahir dari hubungan antara satu dengan orang lainnya melalui sebuah perjanjian dalam transaksi jual beli, seperti seseorang membeli produk melalui

⁴⁵ Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum, Suatu Pengantar, Yogyakarta: Liberty, 1986, hlm. 56.

media *elektronik* facebook, maka orang dikatakan konsumen itu mempunyai hak atas transaksi tersebut, meskipun hak itu bersal dari hubungan kontraktual, tetap mendapat perlindungan dari hukum jika perjanjian yang telah dibuat itu sah menurut hukum.

Jadi hak hukum adalah hak yang bersumber baik dari hukum maupun perjanjian itu dibedakan menjadi hak kebendaan dan hak perorangan. Adapun yang berkaitan dengan Hak konsumen Menurut John F. Kennedy⁴⁶ adalah hak konsumen sebagai manusia yaitu seorang maklum yang ada sebuah ikatan dengan hak hidup, hak mendapatkan keamanan dan konsumen sebagai subjek hukum yang boleh melakukan perbuatan hukum seperti membuat perjanjian jual beli dengan pelaku usaha/pengusaha, maka konsumen mempunyai hak untuk memilih produk yang dia kehendaki tanpa ada unsur paksaan melakukan pemaksaan adalah perbuatan melanggar hukum.

Maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha tersebut untuk melakukan pertanggung jawab, secara umum terdapat empat hak dasar konsumen yang mengacu pada *President Kennedy's 1962 Consumer's Bill of Right*, Keempat hak tersebut yaitu:

1. Hak untuk memperoleh kemaan (*The Right to Safety*);
2. Hak untuk mendapatkan Infomrasi (*The Right to Be Informed*);
3. Hak untuk memilih (*The Right to Choose*);
4. Hak untuk didengar (*The Right to Be Heard*).⁴⁷

Kempat hak dasar ini diaku secara internasional dan organisasi IOCU (*The International of Consumer Union*) menambahkan beberapa hak sebagai berikut:

1. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen
2. Hak mendapatkan kerugian yang telah dilakukan oleh pelaku usaha dngan nilai tukar yang diberikan dan mendapatkan penyelesaian hukum yang patut
3. Hak untuk mendapatkan lingkungan hidup jujur dan sehat.⁴⁸

Lahirnya UUPK ini berdasarkan pada beberapa pertimbangan yang intinya adalah sebagai bagian ar upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan

⁴⁶ Aulia Muthia, *Op.cit*, hlm. 63.

⁴⁷ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo, 2000. hlm. 16.

⁴⁸ Celine Tri Siwi Krisyanti, *op.cit*. hlm. 31

sekaligus mendapatkan kepastian barang atau jasa yang diperoleh dari pendagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen. Dalam pasal 4 dan pasal 5 UUPK menetapkan bahwa konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut:

- A. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur kondisi dan jainan barang barang atau jasa
- B. Hak atas untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dana tau jasa digunakan
- C. Hal untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur dan tidak diskriminatif
- D. Hak-hak untuk mendapatkan kompresasi, ganti rugi, dan penggantian apabila barang dan jasa diterma tidak sesuai dengan perjanjian/ iklan dipromosikan atau sebagaimana diatur mestinya
- E. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak, tentunya juga memiliki kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi, pasal 5 UUPK menetapkan empat kewajiban kinsmen sebagai berikut:

- a. Membaca pedoman atau aturan atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur aturan pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut⁴⁹

Dengan adanya kewajiban konsumen mengikuti petunjuk/aturan informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barng atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Keselamatan merupakan hal yang penting yang perlu diatur, karena sering pelaku usaha menyampaikan peringatan secara jelas pada suatu produk, tetapi konsumen tidak membaca peringatan secara yang telah disampaikan kepadanya. Tetapi dalam prakteknya pelaku usaha tetap ada saja yang merugikan konsumen demi menguntungkannya. Maka

⁴⁹ Sidharta, *Op.Cit.*, hlm. 40

adanya UUPK ini membawa perubahan lebih baik lagi dalam segi keamanan dan keselamatannya dengan mempertimbangkan membaca secara jelas dan teliti yang telah disampaikan nya melalui iklan atau produk yang dipromosikannya. Dengan adanya pengaturan ini maka memberikan konsekuensi jika pelaku usaha tidak bertanggung jawab apabila konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

2.4.2 Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha

Seiring perlindungan konsumen melindungi hak dari konsumen, pelaku usaha juga diberi hak sebagai bentuk usaha menciptakan kenyamanan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, Maka dengan adanya UUPK No. 8 Tahun 1999 Pelaku usaha memiliki Hal-haknya⁵⁰. Berdasarkan pasal 6 dan 7 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan adanya hak dan kewajiban pelaku usaha. Hak pelaku usaha disebutkannya sebagai berikut:

1. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
2. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai jual atau tukar barang atau jasa yang diperdagangkan
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik, apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan
5. Hak-hak yang telah diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam praktek yang biasa terjadi, suatu barang atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipetingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar dan melakukan iklan yang mirip dengan aslinya. Maka kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan segala bentuk usahanya

⁵⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Bandung: Nusa Media, 2008, hlm. 36.

2. Memberikan informasi dalam iklan dan keterangan yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif tanpa pandang bulu
4. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan mencoba barang/jasa tertentu serta memberikan jaminan terhadap garansi atas barang yang dibuat/di produksi atau diperdagangkan.
5. Memberikan kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan pembelian barang atau jasa.⁵¹ Dapat disimpulkan bahwa UUPK Pelaku usaha tampak mengedepankan bahwa itkad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dikemas atau diproduksi sampai pada akhirnya pada tahap sempurna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena kemungkinan terjadi kerugian bagi konsumen sejak barang dikemas atau diproduksi oleh pelaku usaha, sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai saat melakukan pada saat transaksi dengan produsen.

2.5 Teori Dasar Hukum Perjanjian

2.5.1. Pengertian Jual Beli

Hukum Perlindungan Konsumen mengatur tentang hal-hak konsumen sebagai hak pribadi masyarakat. Hak-hak konsumen ini merupakan hak keperdataan yang dilindungi oleh Peraturan perundang-undangan sebagai hak keperdataan, konsumen harus memperjuangkan sendiri haknya melalui saluran-saluran hukum perdata dan institusi hukum yang berkaitan dengan bidang perdata yang telah disediakan oleh negara. Jika seorang konsumen dilanggar haknya dan itu menimbulkan kerugian baginya, konsumen

⁵¹ *Ibid*, hlm. 54.

dapat mengajukan tuntutan (gugatan) secara perdata untuk mempertahankan atau mendapatkan kembali haknya tersebut.⁵²

Pengertian jual beli dalam Hukum Perlindungan konsumen sendiri tidak dijelaskan secara langsung. Sejarahnya perlindungan konsumen pernah secara prinsipal menganut asas *the privity of contract*. Maksudnya adalah, pelaku usaha hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban hukumnya selama ada hubungan kontak actual antara dirinya dengan konsumen. Oleh karena itu, ada pandangan bahwa hukum perlindungan konsumen mempunyai erat dengan hukum perikatan, khususnya perikatan perdata.⁵³

Jual beli merupakan suatu peristiwa perdata yang sangat sering dilakukan masyarakat dalam memperoleh hak kepemilikan atas suatu objek. Peristiwa perdata yang dalam hal ini merupakan perjanjian jual beli mendominasi kepemilikan atas suatu barang/produk yang dimiliki masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka terlihat suatu barang/produk dari perjanjian jual beli sangat krusial dalam kehidupan masyarakat.

Mohamad Kharis Umardani, memberikan pengertian, Hukum perdata memberikan pengaturan mengenai perjanjian jual beli secara terperinci dan hal dimuat didalam Buku III Kitab Undang-Undang Perdata.

Transaksi jual beli yang diadakan dengan pemanfaatan media elektronik (*Ecommerce*) pada umumnya sama saja dengan transaksi jual beli yang sudah dikenal lama oleh masyarakat luas

Sebagaimana dalam perjanjian jual beli berasal dari terjemahan *contract for sale*. Perjanjian jual beli diatur dalam pasal 1457 sampai dengan pasal 1540 KUHPerdata Pasal 1457 yang mengatur jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengingatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.⁵⁴

Salim mengatakan, perjanjian jual beli dalam bukunya yaitu sebagai suatu perjanjian yang dibuat pihak penjual dan pembeli. Didalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima

⁵² Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya, 2014, hlm. 50.

⁵³ Shidarta, *Op.Cit.*, hlm. 13

⁵⁴ Salim, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm. 48.

objek tersebut. Sehingga unsur-unsur yang tercantum dalam definisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Adanya subjek hukum, yaitu pembeli dan penjual
2. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang atau harga
3. Adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli⁵⁵

2.5.2. Syarat-syarat Jual Beli

Sebagaimana telah diuraikan dalam penjelasan jual beli, dapat diketahui bahwa jual beli merupakan satu bentuk dari perjanjian. Maka syarat-syarat sahnya suatu perjanjian tercantum pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yaitu pada pasal 1320, yang dimana sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal⁵⁶

Dalam pasal 1320 KUHPerdata tersebut diatas, ditetapkan sebagai syarat-syarat untuk suatu perjanjian yang sah adanya suatu sebab yang halal. Dengan sebab (Bahasa Latin *causa*) ini dimaksud tiada lain pada isi perjanjian. Hukum pada dasarnya tidak menghiraukan apa yang berada dalam gagasan seorang apa yang dicita-citakan seseorang, yang diperhatikan oleh hukum atau Undang-undang hanyalah tidakan orang-orang dalam masyarakat. Dapat disimpulkan, yang dimaksud dengan sebab atau *Causa* dari suatu perjanjian adalah isi perjanjian itu sendiri seperti halnya dalam perjanjian jual beli isinya adalah satu pihak menghendaki uang.⁵⁷ Adapun yang merupakan resiko dari tidak terpenuhinya satu atau lebih dari syarat sahnya perjanjian sebagai berikut:

- A. Dalam batal demi hukum (*neitig null and void*) menurut Pasal 1320 KUHPerdata Indonesia memiliki asumsi, bahwa kapan pun perjanjian tersebut dianggap tidak

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 49

⁵⁶ Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramitha, 1996, hlm. 339.

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 19.

pernah sah dan dianggap tidak pernah ada, dalam hal ini jika tidak terpenuhi syarat objektif.

- B. Dalam dapat dibatalkan (*vernietigerbaar, voidable*) dalam pasal 1320 KUHP Perdata Indonesia, Perjanjian tersebut baru dianggap tidak sah, jika perjanjian tersebut dibatalkan oleh yang berkepentingan, dalam hal ini jika tidak terpenuhinya syarat subjektif.
- C. Perjanjian tidak dapat dilaksanakan adalah jika perjanjian tersebut tidak begitu saja batal, tetapi juga tidak dapat dilaksanakan, tetapi perjanjian tersebut masih mempunyai status hukum tertentu.
- D. Dalam perjanjian apabila syarat tersebut tidak dipenuhi tidak mengakibatkan batalnya sebuah perjanjian tersebut, melainkan hanya mengakibatkan salah pihak atau kedua belah pihak akan dikenakan sanksi administratif.
- E. 3. Hak dan Kewajiban Penjual Dan Pembeli Menurut Hukum Perdata

Menurut Subekti, Pengertian Jual beli suatu perjanjian dengan mana perihal pihak satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak lain membayar harga yang telah dijanjikan. Yang dijanjikan oleh pihak satu (Pihak Penjual atau pelaku usaha) menyerahkan atau memindahkan hak miliknya atas barang yang ditawarkan, sedangkan dijanjikan oleh pihak yang lain, membayar harga yang telah disetujuinya. Yang harus diserahkan oleh penjual atau pelaku usaha kepada pembeli atau konsumen adalah hak milik atas barangnya, jadi bukan sekedar kekuasaan atas barang yang telah diuraikan diatas.⁵⁸

Dalam kewajiban utama Sang pembeli ataupun konsumen yakni membayar harga pembelian, pada waktu serta ditempat sebagaimana diresmikan bagi perjanjian. Bila pada waktu membuat tidak diresmikan tentang itu, hingga di pembeli wajib membayar ditempat serta pada waktu dimana penyerahan wajib dicoba yang sudah ditetapkan pada Pasal 1513- 1514 KUHPerdata).

Sebaliknya kewajiban penjual/ Pelaku usaha bagi Pasal 1473- 1474 KUHPerdata menyatakan dengan tegas bahwa yang dilakukan perbuatan oleh pelaku usaha ia meningkatkan dirinya, seluruh janji yang tidak sesuai dengan informasi diberikan serta

⁵⁸ Subekti, Op.Cit., hlm. 79.

bisa membagikan bermacam penafsiran, tafsiran tersebut membuat kerugian terhadap konsumen. Pelaku usaha Kewajiban dalam menjalankan usaha dengan bertanggung jawab, tanggung jawab yang diberikan mempunyai 2 etika ialah, awal menyerahkan barangnya atau yang kedua menanggungnya segala perbuatannya.

2.6 Prinsip-prinsip Hukum Perlindungan Konsumen

2.6.1 Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan (*Liability Based On Fault*)

Prinsip tanggungjawab ialah Mengenai yang sangat berarti dalam kajian hukum proteksi terhadap konsumen. Dalam kasus- kasus pelanggaran hak konsumen dibutuhkan kehati- hatian dalam menganalisis siapa yang wajib bertanggung jawab serta seberapa jauh pertanggung jawaban bisa dibebankan kepada pihak- pihak terkait⁵⁹

Pengertian yang dimaksud kesalahan adalah unsur yang murni bertentangan dengan melawan hukum, kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat. Asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adalah adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Dengan kata lain, tidak adil apabila orang yang tidak bersalah wajib menanggung kerugian yang sudah dialami orang lain.

Prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, suatu tanggung yang ditentukan oleh perilaku usaha⁶⁰. Berdasarkan unsur-unsur kesalahan (*Fair Liability* atau *liability ase on fault*) adalah sebuah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana atau perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya pasal 1365, 1366 dan 1367, menyatakan seorang dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pada pasal 1365 KUH Perdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan, harus ada 4 unsur pokok yang terpenuhi, sebagai berikut:

1. Adanya perbuatan.
2. Adanya unsur kesalahan.
3. Adanya kerugian yang diderita.

⁵⁹ Munir, Fuady, *Konsep Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2015, hlm. 186-187.

⁶⁰ Inosentius, Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004, hlm. 46

4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.⁶¹

Selanjutnya berdasarkan teori diuraikan diatas kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang berakibat kerugian pada konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen dirugikan, maka kerugian konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pelaku usaha. Adapaun syarat-syarat memenuhi gugatan sebagai berikut:

1. Harus dibuktikan bahwa tergugat lali dalam melakukan kewajiban berhati-hati terhadap tergugat
2. Suatu tingkah yang menimbulkan kerugian tidak sesuai prosedur hati-hati yang normal
3. Perilaku tersebut merupaka penyebab nyata dari kerugian yang timbul⁶²

2.6.2 Praduga selalu bertanggungjawab (Presumption of Liability)

Berdasarkan unsur bertanggung jawaban ini bahwa praduga selalu bertanggungjawab sampai dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Prinsip pertanggung jawab atas kesalah, beban pembuktian berada pada pihak yang merasa dirugikan, sedangkan pada prinsip bertanggung jawab beban pembuktiannya dibebankan kepada pihak yang menyebabkan kerugian. Dapat disimpulkan, prinsip ini tentu bertentangan dengan asas praduga tak bersalah yang dikenal pada hukum pidana, namun penerapan prinsip ini pada permasalahan mengenai sengketa konsumen akan sangat relevan. Sebab dengan memakai prinsip ini hingga pihak pelaku usaha wajib meyakinkan kalau mereka tidak bersalah. Namun, dalam menerapkan prinsip ini bukan berarti konsumen dapat mengajukan gugatan dengan sesuka hati, posisi konsumen sebagai penggugat juga selalu terbuka untuk digugat balik oleh pelaku usaha, apabila konsuen gagal menunjukan kesalahan tergugat.

⁶¹ *Ibid*, hlm. 59-61.

⁶² Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo, 2004, hlm. 148.

BAB III

METODE PENELITIAN

Salah satu kata metode biasanya disandingkan dengan frase penelitian hukum tentunya dapat diinterpretasikan sangat luas, Menurut Khusbal Vibhute dan Filipos Aynalem mengatakan bahwa dibagi menjadi dua kategori, yaitu penelitian hukum mengenai suatu kebenaran atas fakta-fakta yang ada dan penelitian hukum untuk dilakukan pengembangan ilmu hukum. Dalam penelitian tersebut tentu menggunakan data hukum normatif yang merujuk pada peraturan perundang-undangan hukum dan kedua menggunakan putusan-putusan pengadilan untuk menjawab atas permasalahan yang diajukan.¹

Sugiyono meyakini bahwa pengertian metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh data yang bertujuan untuk mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan, dan menemukan pengetahuan dan teori untuk memahami pengetahuan, memprediksi masalah dan memecahkan masalah dalam kehidupan masyarakat.²

Demikian Menurut Soerjono Soekanto bahwa “Penelitian dapat dikatakan sebagai sarana kontruksi untuk memperkuat, mengembangkan ilmu pengetahuan dan mengungkapkan fakta kebenarannya”. Dalam metode penelitian mempunyai strategi untuk memperoleh arah tujuan menemukan data yang akan diperlukan untuk objek penelitian sehingga penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan dan valid³ Bahkan menurutnya penelitian menyediakan suatu peluang untuk mengenali dan memilih satu masalah penelitian dan menyelidikinya secara bebas.

Metode penelitian adalah suatu serangkaian dalam mengumpulkan serta menyusun bahan-bahan yang diperlukan sesuai objek yang diperlukan dalam penelitian

¹ Khusbai Vibhute dan Filipos Aynalem, *Legal Research Method: Teaching Material, Prepared Under The Sponsorship Of The Justice And Legal System Research*, 2009, hlm. 22

² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA, 2012, hlm. 48.

³ Soerjono Soekanto dalam Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018, hlm. 8..

untuk mencapai kepastian. Oleh sebab itu dengan demikian akan mendapatkan apa yang dikehendaki dalam suatu penelitian.

Penelitian akan senantiasa bermula dari rasa ingin tahu untuk menentukan jawaban terhadap suatu permasalahan aktual yang dihadapi. Hal demikian jawaban suatu permasalahan telah diketahui, maka selanjutnya yang harus dilakukan tidak perlu lagi diadakan penelitian. Maka, dapat dikatakan suatu penelitian ilmiah dimaksud untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang objek yang akan diteliti berdasarkan prosedur yang diakui dalam bidang keahlian (intersubjektif), dengan demikian penemuan terhadap hasil penelitian ilmiah tersebut diakui keilmiahannya⁴

Secara etimologi, istilah penelitian hukum normatif berasal dari bahasa Inggris yaitu "*normative legal research*" atau dalam bahasa Belanda dikenal dengan istilah "*normative juridisch onderzoek*", sedangkan dalam bahasa Jerman disebut dengan istilah "*normative juristische recherche*". Berbagai istilah tersebut diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia dengan istilah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan salah satu penelitian yang paling banyak dilakukan oleh mahasiswa hukum. Hal ini disebabkan karena penelitian ini hanya cukup dilakukan di ruang lingkup kerja, tanpa bersusah payah untuk menggali data yang berasal dari masyarakat.⁵

P. Mahmud Marzuki mengatakan "Bahwa pengertian dari penelitian hukum adalah suatu pondasi dalam diberlakukannya aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi."⁶ Pengertian yang dikemukakan oleh mereka itu mengacu kepada penelitian hukum normative yang objek penelitiannya berupa norma hukum, konsep hukum, asas hukum, dan doktrin hukum. Dapat dikatakan pengertian penelitian hukum yang demikian adalah penelitian hukum dalam arti sempit yang mengakui adanya teori hukum empiris selain teori hukum normatif.⁷

⁴ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Depok: Kencana, 2016, hlm. 3

⁵ *Ibid.*, hlm. 55.

⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana-Prenada Media Group, 2007, hlm. 35

⁷ J.J.H. Bruggink, "*Rechts Reflectief*", Terjemahan Arief Sidharta dalam *Refleksi Tentang Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 168, 176, 186.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum yang berlandaskan pada kaidah-kaidah atau asas-asas yang dapat dikonsepskan sebagai norma atau kaidah yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, doktrin dari para pakar hukum termuka, dan bersumber dari putusan pengadilan.⁸

Dalam inti penelitian hukum adalah untuk mengidentifikasi, melakukan studi, menginterpretasi dan mengumpulkan data dan memerikan pemahaman yang mendalam mengenai konsep hukum atau peristiwa dalam memecahkan sengketa hukum yang timbul. Hukum dikonsepskan sebagai apa yang tertulis dalam perundang-undangan (*law in book*) atau hukum dikonsepskan sebagai kaidah atau norma yang merupakan pedoman dalam berperilaku manusia yang dianggap benar. Dengan kata lain bermula dari *Das Sollen (law in books)* menuju *Das Sein (law in actions)*. Oleh sebab itu jika ditinjau dari sudut pandang penerapannya penelitian hukum normatif dari beberapa pengertian diatas bahwa penelitian hukum berfokus pada masalah, dimana permasalahan yang diteliti didasarkan pada teori atau dilihat dari hubungannya antara teori yang mengandung unsur positivism hukum, *library research*, data sekunder dan data kualitatif.⁹

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif tidak saja memaparkan norma (*beschrijven*, deskriptif) tetapi juga menormai atau mengkaidahi (*voorschrijven*, preskriptif) sebagai tindakan yang berdimensi politik praktikal. Menurut Meuwissen mengatakan: Dalam kondisi seperti itu ilmu hukum normatif mempunyai tugas pokok untuk mengarahkan, menganalisis, mensistematisasi, menginterpretasi dan menilai hukum positif.¹⁰ Dengan demikian itu dimaksudkan bahwa ilmu hukum normatif mempunyai dimensi majemuk yakni selain dimensi menjelaskan secara tuntas tentang norma hukum juga berupaya memberi dimensi normatif kontemplatif dan praktik hukum adalah sangat erat bertemu dalam satu titik silang untuk dijadikan pedoman dalam praktik hukum.

⁸ Soerjono Soekanto dalam Bachtar, *Op.Cit.*, hlm. 57.

⁹ *Ibid.*, hlm. 58.

¹⁰ Meuwissen, *Tentang Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum, Dan Filsafat*, Terjemahan B. Arief Sidharta, Bandung: Reflika Aditama, 2008, hlm. 54-55.

Menurut Hotma Pardomuan Sibuea mengatakan bahwa Untuk menjawab permasalahan sebagaimana yang telah disebutkan di atas maka diperlukan metode penelitian supaya hasil yang diharapkan dapat dipertanggungjawabkan keasliannya atau validitasnya. Metode penelitian pada dasarnya berkaitan dengan langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam rangka mengumpulkan data atau bahan-bahan hukum yang dikumpulkan untuk menjawab masalah penelitian. Metode ilmiah memberikan jaminan bahwa suatu penelitian harus dilakukan dengan prosedur yang benar sehingga hasil penelitian dapat diterima oleh banyak pihak sebagai salah satu suatu pengetahuan yang bersifat ilmiah.¹¹

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah yuridis normatif, yaitu penelitian yang ditujukan untuk menemukan dan merumuskan argumentasi hukum melalui analisis terhadap pokok permasalahan dengan mengkajinya menggunakan kaidah-kaidah dan asas-asas hukum yang berlaku dan dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.¹²

Dengan demikian penelitian ini akan membahas tentang bagaimana perlindungan konsumen dalam belanja secara *online* yang di rugikan pihak konsumen dalam prespektif menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

3.2. Pendekatan Penelitian

Sebagai penelitian hukum dengan metode penelitian yuridis normatif, pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan perundangundangan (*Statute Approach*).¹³ Penelitian hukum dengan menggunakan metode pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan cara memahami, mengungkapkan, dan menafsirkan makna norma hukum sebagai bahan kajian hukum, sehingga norma hukum dapat dipahami, diungkapkan, dan ditafsirkan maknanya dengan penafsiran yang ada di dalam ilmu hukum.

¹¹ Hotma Pardomuan Sibuea & Herrybertus Sukartono, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Krakatauw . 2009

¹² Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018, hlm. 56.

¹³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 96.

Penelitian ini mendasarkan pada penelitian hukum normatif (yuridis normatif), oleh karenanya metode pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penulisan skripsi ini adalah pendekatan kasus yaitu dengan mendeskripsikan, menguraikan, dan menganalisis tiga kasus yang berkaitan dengan tema pernikahan anak dibawah umur dengan jenis perkara yang berbeda antara satu kasus dengan lainnya. Sehingga ditemukan kesimpulan yang objektif, logis dan sistematis dengan tujuan untuk memperkuat pendapat penulis yang akan ditulis di dalam bab 5 kesimpulan dan saran pada skripsi ini.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti kasus-kasus yang terjadi di Indonesia tentang akibat hukum yang disebabkan konsumen yang menuntut kerugian dalam berbelanja *online* Dalam perspektif Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3.3. Sumber Bahan Hukum

Metode pengumpulan data untuk penelitian hukum normatif adalah dengan mengumpulkan data sekunder yaitu dengan meneliti data kepustakaan yang diperoleh dari berbagai sumber, yang jenis-jenisnya meliputi:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang meliputi sejumlah peraturan perundang-undangan. Yang berkaitan dengan analisis memberikan perlindungan terhadap pembeli/konsumen yang dirugikan haknya yaitu:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
4. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
5. Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Peraturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer berupa pendapat-pendapat para sarjana hukum perdata maupun

pidana, buku-buku yang berhubungan dengan hukum baik pidana maupun perdata, buku-buku tentang hukum beracara, buku-buku tentang perlindungan konsumen, hak-hak Pembeli/ Konsumen yang telah dirugikan dan peran serta pemerintah memberikan perlindungan kepada masyarakat menggunakan jurnal hukum, skripsi, karya ilmiah tentang perlindungan terhadap pembeli, dan mendapatkan kompensasi terhadap pelaku usaha kepihak konsumen/ pembeli.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier, merupakan bahan hukum pelengkap dan sifatnya memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier dapat berupa hasil-hasil penelitian sebelumnya, majalah, surat kabar, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamus hukum, serta pemanfaatan sumber dari internet dan sumber-sumber bacaan lainnya yang berhubungan dengan analisis dampak apa saja yang berkaitan dengan masalah kasus yang timbul akibat kerugian yang dialami oleh konsumen

3.4. Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Metode pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan bahan hukum normatif yaitu dengan mengumpulkan kajian pustaka yang berasal dari bahan hukum primer yaitu perundang-undangan serta putusan-putusan pengadilan dengan dikaitkan oleh bahan hukum sekunder dan tersier sehingga menjadi kesatuan dan diolah untuk dijadikan sebagai bahan penelitian.

3.5. Metode Pengolahan Dan Analisis Bahan Hukum

Data penelitian diperoleh melalui studi dokumen terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, kemudian disusun secara sistematis akan diperoleh gambaran yang menyeluruh. Data tersebut disusun secara sistematis dan diklasifikasikan secara kualitatif dalam kategori tertentu, kemudian disusun untuk mempermudah penelitian.

Data yang telah berhasil dikumpulkan oleh penulis dalam penelitian ini akan diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif sehingga didapat suatu kesimpulan untuk permasalahan yang diteliti dan dibahas dalam skripsi ini. Teknik analisis data deskriptif kualitatif secara terinci yaitu penyajian data dan penarikan kesimpulan guna menjawab

permasalahan penelitian. Dalam pelaksanaannya, penganalisisan dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Menelaah semua data yang terkumpul dari berbagai sumber data sekunder.
- 2) Mengelompokkan data dengan teori dalam satuan-satuan sesuai dengan masalah yang diteliti.
- 3) Menghubungkan data dengan teori yang sudah dikemukakan dalam berpikir.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Menurut Soerjono Soekanto bahwa Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperti bantuan hukum. Perlindungan itulah merupakan suatu hak bagi setiap insan di negara Indonesia dan merupakan kewajiban yang harus di penuhi oleh negara yang bertumpu pada harkat dan martabat sebagai makhluk sosial.¹

Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya saja terletak perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *online*.

Hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli online tersebut juga terdiri dari penawaran dan penerimaan sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lain.

1. Penawaran

Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu tawaran. Suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan situs sendiri sebagai

¹ Soerjono Soekanto, *Efektivitas Hukum dan Penerapan Sanksi*, Bandung: CV. Ramadja Karya, 1988 hlm. 80

ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian yang dapat dianggap sebagai tawaran.

Setiap yang melakukan penawaran di dalam transaksi *e-commerce* adalah *merchant* atau penjual. Para penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Para penjual menyediakan semacam *storefront* yang berisikan katalog produk-produk dan pelayanan yang diberikan. Para pembeli seperti berjalan-jalan di depan toko-toko dan melihat barang-barang di dalam etalase. Keuntungannya jika melakukan belanja di toko *online* adalah kita dapat melihat dan berbelanja kapan saja dan dimana saja tanpa dibatasi oleh jam buka toko dan kita juga tidak akan risih dengan pandangan penjaga toko yang mengawasi kegiatan kita.

Website tersebut biasanya ditampilkan barang-barang yang ditawarkan, harganya, nilai rating, otomatis tentang barang-barang itu yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi tentang barang tersebut, dan menu produk lain yang saling berhubungan. Selain itu penawaran ini terbuka bagi semua orang. Semua orang yang tertarik dapat melakukan *window shopping* di toko-toko *online* ini. Dan jika ada barang yang menarik perhatian, dapatlah transaksi dilakukan. Iklan produk merupakan banyak dipakai oleh pelaku usaha dalam melakukan jual-beli suatu produk yang dipasarkan untuk membantu mempromosikan barang atau jasa dengan cepat dan dikenal oleh kalangan peminat.

Berdasarkan pengalaman faktual dari *Customer* pengguna *facebook* mereka kerap sekali tertarik melihat iklan yang dipasarkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dan hak terhadap calon konsumen tidak terlindungi. Selanjutnya mengenai proteksi secara hukum yang dialokasikan terhadap hak konsumen dalam menyapaikan berpendapat saat dirugikan pihak konsumen dalam bentuk iklan dalam suatu produk barang/jasa di media sosial diatur dalam UUPK yakni hak untuk mendapatkan informasi yang sesuai fakta, jelas dan benar terkait lainnya adalah hal yang utama. Hal ini tentu bertujuan agar didaptkannya sebuah gambaran yang faktual oleh konsumen terhadap suatu produk, guna mengurangi terjadinya kerugian yang disebabkan baik dari keadaan, kualitas, maupun pemakaian barang/jasa tersebut dan tidak terjebak pada kondisi yang berdampak tidak baik yang memberikan informasi yang mungkin dapat terjadi. UUPK

tidak membatasi apabila selain pelaku usaha, konsumen bisa juga memberikan informasi secara utuh dengan masyarakat lain. Tentu saja dengan berdasarkan pada kebenaran informasi produk, aturan hukum yang berlaku yang dilaksanakan untuk kepentingan umum, tidak menjatuhkan suatu pihak.

2. Penerimaan

Penawaran dan penerimaan saling terkait untuk menghasilkan suatu kesepakatan. Dalam menentukan suatu penawaran dan penerimaan dalam *cybersystem* ini digantungkan pada keadaan dari *cybersystem* tersebut. Penerimaan dapat dinyatakan melalui *website*, *email*, atau juga melalui *electronic data interchange*.

Penjual biasanya bebas untuk menentukan suatu cara penerimaan. Misalnya ia menentukan bahwa dalam hal penjualan melalui *website* atas barang dagangannya, penawaran dapat ditujukan pada halaman dari *e-mail address* calon pembelinya. Jadi dalam hal ini penerimaan melalui *e-mail* cukup karena penawaran ini dikirimkan pada *e-mail* tertentu sehingga sudah jelas hanya pemegang *e-mail* itulah yang dituju. Akan tetapi, jika penawaran dilakukan melalui *website*, atau *news group*, dapat dianggap penawaran tersebut ditujukan untuk khalayak ramai. Dengan demikian, setiap orang yang berminat dapat membuat kesepakatan dengan penjual yang menawarkan.

Transaksi *e-commerce* melalui *website*, biasanya pengunjung atau calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual. Jika memang calon pembeli tertarik, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang calon pembeli inginkan sampai calon pembeli yakin akan pilihannya. Setelah yakin dengan pilihannya, calon pembeli akan memasuki tahap pembayaran. Dalam *e-commerce* terdapat banyak metode pembayaran. Dengan menyelesaikan tahapan transaksi ini, pengunjung toko *online* nya melakukan penerimaan atau *acceptance* sehingga telah terciptalah kontrak *online*.²

² Edmon Makarin, *Op.Cit.*, hlm. 260.

4.1.1 Pengaturan Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang.

Dalam pembukaan di alinea keempat pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia pada tahun 1945 bahwa Indonesia merupakan konstitusi yang menjadi landasan dan payung hukum dalam setiap perubahan terutama dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia dan menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara hukum artinya dalam segala hal harus berdasarkan hukum bukan kekuasaan, maka dari itu setiap sikap, perilaku dan kebijakan harus berdasarkan undang-undang dan juga ketentuan hukum yang ada, terutama di Indonesia yang harus lebih memperhatikan Pancasila sebagai dasar negara dan filsafah hidup bangsa Indonesia.

Begitu juga dalam suatu negara terdapat beberapa aspek perlindungan hukum, salah satunya adanya peraturan undang-undang yang memadai, infrastruktur hukum yang memadai, dan juga kualitas dalam putusan hakim pada pengadilan yang menjadi hal terakhir dalam menilai tentang kelayakan atau tidak suatu negara tersebut. Konsumen harus memperoleh peluang untuk mencapai keadilan. Hak-hak perkembangan konsumen harus ada penataan ulang atas hak dan kewajiban, sehingga tercapai keseimbangan daya tawar yang relatif sejajar antara konsumen dan pelaku usaha.³ Proporsi hak konsumen untuk memperoleh keadilan sering tergerus oleh kekuatan monopoli pelaku usaha. Untuk melawan semua ini, timbul pemikiran yang tujuannya memperkuat hak-hak konsumen. Betapa penting hak konsumen itu, sehingga melahirkan pendapat bahwa hak konsumen merupakan generasi Hak Asasi Manusia, yang harus menjadi kata kunci bagi perkembangan umat manusia di masa yang akan datang.

Dalam UUPK No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memiliki tujuan yang dimana memberikan perlindungan konsumen yang dimana adalah tertuju untuk memberikan perlindungan serta mengangkat harkat kehidupan kepada pihak konsumen, dan menghindari berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari segala aktifitas perdagangan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Dalam sektor ekonomi, sudah jelas bahwa adanya pelaku usaha dan konsumen, Pelaku usaha sebagai Pelaku dalam melakukan kegiatan berbisnis dan Konsumen sebagai

³ Ian Ramsay, *Consumer Redress and Acces too Justice*, op.cit, 2003. hlm. 19.

Pelaku yang memakai barang atau jasa. Maka telah dijelaskan di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang telah mendefinisikan mengenai Pelaku Usaha Dan Konsumen.

Selain itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam menentukan kegiatan berusaha atau berbisnis, salah satunya dari segi sosial, dalam berusaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tentunya mengedepankan segala kompleksitas di era masyarakat di dalam situasi pandemi *covid-19* Sehingga pada kegiatan berusaha atau berbisnis ini tentu mempunyai target mengejar keuntungan merupakan suatu hal wajar saja sering terjadi, asalkan dalam mengejar keuntungan tersebut tidak sampai merugikan pihak lain atau disebut pihak konsumen. Karenanya menurut penulis dalam mengejar keuntungan tersebut harus ada batasnya, dan juga harus memperhatikan kepentingan dan hak-hak orang lain. Sehingga tidak ada satu pihakpun yang saling dirugikan.

Tidak hanya dalam kegiatan berbisnis, hal ini juga sangat erat kaitannya dengan perkembangan ekonomi, seperti diketahui perkembangan ekonomi dalam perkembangan ini semakin membaik dan perlunya efisiensi dalam setiap kegiatan bisnis yang mempengaruhi perkembangan penggunaan perjanjian. Hampir setiap kegiatan yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan oran banyak, pelaku usaha selalu menggunakan perjanjian yang telah dibuat sepihak oleh pelaku usaha, perjanjian ini biasa disebut dengan perjanjian baku.⁴

Definisi konsumen berdasarkan pasal 1 angka 2 dalam UUPK Yaitu mengatur bahwa, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁵

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa:⁶ “Pelaku Usaha adalah Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan untuk melakukan kegiatan dalam

⁴ Abdul Karim Munthe, *Pengantar Perjanjian Baku Dalam Transaksi Bisnis Menurut Hukum Islam*, (AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah 15, no. 2, 2015), hlm. 211-220.

⁵ Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pada pasal 1 angka 2

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Op, Cit*, pasal 1 ayat (3)

wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Selanjutnya Berdasarkan Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 yang didalamnya ada salah satunya asas keamanan dan keselamatan konsumen dan dalam penerapan asas keamanan dan keselamatan konsumen yang dimaksud untuk menjamin atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Dalam hal ini keamanan dan keselamatan adalah hal yang utama yang harus diperhatikan karena keamanan dan keselamatan konsumen itu sendiri menyangkut tentang kesejahteraan masyarakat juga.

Belakangan ini dalam masa *pandemic covid-19* transaksi online sangat digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan, baik dalam bentuk barang atau jasa, mengingat kegiatan ini sangat mudah dan praktis dalam melakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung, tetapi sekarang dalam era pandemi melakukan serba virtual dan online. Kegiatan transaksi online ini dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi dan memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produknya.⁷ Seperti contohnya *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang dimana pengguna aplikasi ini sangat banyak diseluruh di Indonesia.⁸

Mengingat didalam media sosial *facebook* terdapat forum yang bernama *marketplace*, pada aplikasi mobilyenya, sesuai dengan namanya, *marketplace* merupakan pasar online yang memfasilitasi berbagai bentuk transaksi bagi pengguna media sosial *facebook*. Saat membuka *marketplace* pada aplikasi *facebook*, konsumen akan melihat berbagai foto barang atau jasa yang diperjual belikan dengan lokasi terdekat.

Jika konsumen menginginkan barang yang ingin dibeli, maka konsumen dapat masuk kedalam kolom obrolan untuk melakukan negoisasi dengan pelaku usaha. Meski demikian *Facebook* hanya menyediakan wadah untuk melakukan transaksi jual beli dan tidak memberikan fasilitas pengiriman barang dan pembayaran, jadi para pihak yang

⁷ Devi, Komang Bulan TrinLaksmi dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, “*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online*”, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 4, No. 1-5.

⁸ Wijaya, I. Gede Krisna Wahyu, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya, “*Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online*.” Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 6, No. 8, 2018, hlm. 6.

melakukan transaksi melalui facebook harus mengatur segala bentuk transaksi serta pengiriman barang sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat atau disepakati, tanpa jaminan keamanan dari pihak *facebook*.⁹

Definisi *Social E-Commerce* ialah sebagai suatu media yang melakukan kontrak bisnis, memiliki jangkauan yang sangat luas. Hasil teknologi tersebut menghasilkan informasi dan komunikasi yang memberikan kemudahan dalam berinteraksi secara global tanpa batasan suatu negara yang menjadi tema sentral studi ini.¹⁰ Definisi tersebut melahirkan sebuah perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik melalui sosial *E-Commerce* yaitu sebagai berikut:

a. Kontrak Baku Transaksi Elektronik Sosial *E-Commerce*

Perkembangan yang sangat pesat Perkembangan yang sangat pesat transaksi elektronik dapat dijelaskan dengan kenyataan, bahwa transaksi itu melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen yang telah dimilikinya. Konsumen tidak pernah punya alat perlindungan yang teroganisir dengan baik.

Persoalan pun dapat dijelaskan dengan kenyataan bahwa pelaku usaha yang menjual barang atau jasanya secara *Online* banyak yang mencatumkan kontrak baku, sehingga timbul kekuatan daya tawar yang asimetris. Kontrak baku yang bahkan konsumen terkadang tidak memahami bahasanya, Ruang tawar yang *limitative* dalam format baku yakni *paradigm* tradisional yang ada pada akhirnya membentuk hubungan tidak sejajar antara pelaku usaha dan cenderung lebih tinggi dari pada posisi konsumen.

b. Online Dispute Resolution (ODR)

Terdapat langkah yang harus ditempuh untuk melindungi konsumen e-commerce yakni eksistensi prosedur penyelesaian sengketa online. Eksistensi ODR dalam system hukum sangat memengaruhi kekuatan elemen proteksi

⁹Facebook Rilis Marketplace untuk jual beli online

<https://tekno.kompas.com/read/2016/10/04/07360087/facebook.rilis.marketplace.untuk.jual.beli.online>

Diakses Pada Tanggal 19 April 2022

¹⁰ Lestarini, Ni Made Dewi Intan, dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Diinstagram.” Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, No. 10, 2019, hlm. 6.

konsumen yang melakukan transaksi secara online. Konsumen dapat mengakses informasi yang jelas dan benar tentang ODR termasuk mekanisme maupun prosedurnya. Penyebab utama adanya kekuatan daya tawar pelaku usaha dan konsumen yang tidak sejajar karena rendahnya kemampuan teknis konsumen, dan minimalnya pemahaman maka tentang teknologi informasi dan bahkan rendahnya pengetahuan konsumen mengenai hak-hak mereka

c. Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik

Jual beli online hakikatnya sama dengan kesepakatan jual beli secara umum, karena keduanya menggunakan asas konsensualisme. Pihak penjual memberikan penawaran atas barang yang diperjual belikan dan pihak pembeli menyetujui biaya yang harus di bayarkan atas barang tersebut.¹¹ Pada proses jual beli jual beli *online* meskipun pembeli dan penjual tidak saling bertemu tetapi secara hukum transaksi ini tetap sah dan melahirkan prestasi bagi kedua belah pihak. Sehingga, apabila ditemukan unsur penipuan dalam proses jual beli *online* tersebut dapat berakibat hukum, baik secara pidana atau perdata.

Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik secara tegas telah diatur Dalam peran penting hadirnya Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan yaitu dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 pasal 46 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi di bidang teknologi informasi dan komunikasi berkembang terus tanpa dapat dibendung seiring dengan ditemukannya perkembangan baru dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pelaku transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup public maupun privat. Para pihak yang melaukan transaksi tersebut wajib beretiket basic dalam melakukan interaksi atau pertukaran informasi dan dokumen elektronik selama transaksi tersebut berlangsung. Transaksi elektronik yang dituangkan

¹¹ Sukarni and Ydhi Tri Permono, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Secara Online*,” Jurnal Hukum 35, no. 1 (2019): 77-100, <https://doi.org/10.26532/jh.v35i1.11046>, hlm. 88.

kedalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Pihak yang memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya. Pengajuan gugatan dengan dasar UUPK dan PP PSTE tersebut dilakukan tetap terlebih dahulu mendahulukan cara kekeluargaan. Ini dilakukan untuk mendapatkan hasil *win-win solution* para pihak.

4.1.2. Kronologi Kasus Dan Hasil Wawancara Yang Dilakukan Terhadap Beberapa Narasumber Yang Menggunakan Media Sosial untuk belanja Online Di Marketplace Facebook

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada bab 1 diketahui bahwa terdapat sejumlah surat terbuka yang berada pada internet dan sejumlah media sosial mengenai kekecewaan yang dilakukan oleh para korban terhadap produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha di marketplace *Facebook* memberikan dampak merugikan kepada pihak konsumen. Adapun penelitian selanjutnya peneliti menemui sejumlah subjek penelitian yang dijadikan sebagai informasi dalam penelitian ini dengan menyeleksi para informasi yaitu masyarakat yang menjadi objek penelitian terhadap korban pengguna media sosial facebook yang belanja secara *online* yang dirugikan oleh pelaku usaha, dan konsumen berhak menuntut atas kerugian yang dialaminya dalam kasus dalam penelitian ini, dengan minimal pernah belanja online dengan menggunakan media elektronik marketplace *facebook* minimal dengan kasus yang serupa minimal dalam jangka waktu pada masa pandemi *Covid-19* hingga 3 bulan terakhir.

Adapun masing-masing informasi yang diberikan oleh beberapa para korban, yang dimana menjelaskan masing masing dalam melakukan wawancara kronologi kasus yang dirugikan yang dialami akibat penggunaan media sosial *E-Commerce* yang melakukan belanja online di marketplace facebook dengan masing masing kronologi yang serupa sebagai berikut:

Empat orang Pengguna sosial media elektronik selaku pihak konsumen dalam penelitian ini dan keempat orang konsumen mengatakan pernah mengalami kerugian dalam belanja *online* dengan keterangan sebagai berikut:

Kasus Pertama

Narasumber Pertama

Pihak konsumen yang dirugikan bernama Nancy Gloria Situmorang sebagai pembeli melakukan proses transaksi melalui *marketplace facebook* memberikan keterangan sebagai berikut.¹²

“Saya memilih facebook sebagai sarana pembelanjaan saya, dikarekan lebih murah dan banyak pilihan dibanding kan marketplace seperti shopee, tokopedia, bukalapak. Karena pada Facebook lebih dominan barang-barang second. Dan kebetulan saat itu saya ingin membeli barang second”

“Dimana waktu itu saya membeli airpod gen 2, dia mengaku barang tersebut adalah original, dengan alasan dia menjual. Karena sudah di PHK dan mempunyai kebutuhan yang terdesak, sehingga harus menjual barang tersebut. Dikarenakan sistem kemarin tidak melakukan ketemu langsung. Sehingga saya percaya awalnya bahwa barang tersebut adalah barang asli. Karena barang second yang ingin saya beli memang lebih murah 200k sehingga menarik minat saya. Dibandingkan harga second pasaran lainnya”

“Dalam keterangan selanjutnya narasumber mengambil langkah awal, saya lakukan pertama adalah melakukan complaint kepada penjual karena barangnya tersebut tidak bisa dipakai alias rusak, akan tetapi penjual menutup akses komunikasi kami, dan saya melihat lagi dia menjual barang yang sama, dengan dalil hal yang sama pada option alasan penjualan barang tersebut. Maka sebab itu tidak ada sama sekali perlindungan yang diberikan kepada saya sebagai konsumen, dan penjual tersebut lari dari tanggung jawabnya”

¹² Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 1 bernama Nancy Gloria melalui tatap muka, Tempat Di Marunda pada Tanggal 23 April 2022

Kasus Kedua

Narasumber Kedua

Pihak konsumen yang dirugikan bernama Yulianti Hutabarat sebagai pembeli memberikan keterangan sebagai berikut.¹³

“Saya memilih belanja di *facebook* Karena *facebook* adalah platform media sosial yang sering saya kunjungi. Sejak 2015 *facebook* juga merilis fitur "live" dan fitur tersebut banyak digunakan para pelaku usaha untuk berjualan serta banyak sekali grup-grup penjual barang atau tukar tambah barang yang dimana kita berhubungan langsung dengan si penjual dan tidak satu dia kali saya membeli barang melalui grup-grup itu. Hingga ditahun 2016 *facebook* meluncurkan fitur marketplace yang semakin mempermudah pecinta *facebook* untuk berbelanja karena semua penjual ada didalam 1 fitur termasuk saya. Dan menurut saya cukup menyenangkan menjelajahi *facebook* sambil berbelanja online. Saya juga memilih marketplace karena barang yang dijual bukan hanya yang baru saja, ada banyak barang-barang second namun masih bagus seperti sisa import dari luar negeri banyak di jual di marketplace *facebook*. Bukan hanya itu, harga di marketplace juga cukup murah”

“Tentu saja pernah. Dimana saat itu saya melihat iklan jam tangan yang sangat menarik dan sedang ada potongan harga di hari itu saja. Saya tergiur dengan iklan dan harga yg ditawarkan sehingga saya segera menghubungi sipenjual untuk menanyakan ketersediaan barang dan ke aslian barang. Si penjual pun meyakinkan saya bahwa barang yang saya terima akan sesuai dengan yang iklankan dan penjual menyarankan pembayaran melalui *COD* jika saya kurang yakin. Akhirnya saya membeli barang itu dan pembayarannya *COD*. Pada hari dimana barang itu sampai, saya menghubungi sipenjual sebelum membuka paket yang saya terima. Namun si penjual mengarahkan agar saya membayar kurir terlebih dahulu baru dapat membuka barang itu. Saya mengikuti apa yang ia katakan. Setelah saya bayar kurir pun pergi dan saya membuka barang itu. Saya

¹³ Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 2 bernama Dewi Yulianti Hutabarat melalui Daring, Pada Tanggal 24 April 2022

cukup terkejut karena barang nya sangat berbeda dengan yang di iklankan. Saya membayar jam tangan ini dengan harga Rp. 400.000,-(sudah termasuk potongan harga dari penjual) namun yang saya terima seperti jam tangan 30 ribuan. Saya sangat kecewa dan merasa sangat rugi.

“Setelah saya menerima barang yang tidak sesuai antara iklan dan barang yang datang. Saya terus mencoba menghubungi penjual untuk meminta pertanggung jawaban. Namun si penjual tidak ada jawaban sama sekali. Kemudian saya mencari akun facebook si penjual tapi nihil. Akun tersebut sudah tidak ada atau mungkin ia sudah mengganti nama akun nya. Namun saya masih merasa belum puas, saya terus menerus menghubungi si penjual”

Maka Tidak ada bentuk tanggung jawab apapun, karena sepertinya si penjual memblokir kontak saya. Dan saya pun tidak dapat menghubungi penjual. Namun saya tetap merasa dirugikan. Bisa saja saya membawa ke jalur hukum untuk bentuk penipuan seperti ini. Namun pastinya akan menguras waktu dan biaya juga pastinya. Namun ini dapat jadi pelajaran buat saya kedepannya agar tidak mudah membeli barang melalui platform yang tidak ada tanggung jawab kepada pembeli jika penjual atau pelaku usaha berbuat curang”

Kasus Ketiga

Narasumber Ketiga

Pihak konsumen yang dirugikan selanjutnya bernama Andi Dwi Octaviani¹⁴

“Saya memilih marketplace *Facebook*, karena di facebook beragam barang barang yang ingin saya cari, seperti contohnya Kamera Polaroid Sun 630 dengan seharga 200.000 pilihannya lebih beragam dan lebih mudah mendapatkan di facebook terlebih lebih mempercayai facebook dibanding platform lain

“Saya pernah, mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang di perjanjikan, yang dimana dalam iklannya beserta keterangannya body mulus 90%,

¹⁴ Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 3 bernama Andi Dwi Octaviani melalui tatap muka, tempat Law Firm Iga Made Agung & Rekan Pada Tanggal 23 April 2022

jepretan lancar, dan siap pakai tetapi saat barangnya sampai ternyata tidak sesuai yang ada diketerangan dan sangat minus gamau jepret, flashnya ga menyala, dan batrainya tidak ada”

“Pada saat itu saya ingin mendapatkan hak saya karena barang berisi iklan tersebut tidak sesuai dengan barang yang datang dan saya ingin mengajukan claim melaporkannya ke penjual lalu. Tetapi tidak ada tanggapan dari penjual, dan langkah yg saya lakukan hanya mengancam melaporkan ke polisi”

“Saya biasanya dalam transaksi belanja di marketplace *facebook* mendapatkan bentuk return barang atau penggantian barang sesuai barang yg dibeli dan atau uang penggantian ganti rugi, tetapi saya tidak mendapatkan hak sebagai konsumen yang telah dirugikan pada saya membeli camera polaroid, dan pada akhirnya saya hanya membiarkan saja.

Kasus Keempat

Narasumber Keempat

Pihak konsumen yang dirugikan bernama Uli Siringo ringo sebagai pembeli memberikan keterangan sebagai berikut.¹⁵

“Saya memilih belanja melalui *facebook*, Karna saat pembelanjaan saya bisa melakukannya dirumah dan juga lebih praktis.”

“Ya, saya pernah mengalami kerugian dimana barang yang hendak saya beli Baju di online melalui aplikasi *Facebook* barangnya tersebut pada akhirnya tidak pernah saya terima, padahal saya sudah mentransfer sejumlah uang yang sudah di tertera tetapi setelah saya mentransfer barang yang saya beli tidak pernah saya terima.”

“Saya melakukan komplain melalui chat di messenger, saya menghubungi terus menerus pelaku usaha tapi tidak ada respon, setelah itu pelaku justru sudah tidak bisa dapat di hubungi lagi, setelah itu saya membagikan informasinya itu ke

¹⁵ Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 4 bernama Uli Siringo-siringo melalui tatap muka, tempat tebet Jakarta selatan Pada Tanggal 23 April 2022

dalam sebuah grub dan ternyata banyak yang sudah menjadi korban pelaku penipuan”

“Sejauh ini belum ada pertanggungjawaban yang saya terima, karena pada saat saya telah mentransfer sejumlah uang ternyata pelaku usaha sudah mengganti nomor dan saya sudah tidak bisa menghubungi nya lagi baik dalam aplikasi Facebook maupun dengan nomor telepon”

4.1.3. Tinjauan Kasus Dengan Hukum Perlindungan Konsumen

Beragam kasus yang muncul berkaitan dengan pelaksanaan transaksi terutama faktor keamanan dalam *e-commerce* pada social media marketplace *facebook* ini tentu sangat merugikan konsumen. Padahal efektifitas UUPK Merupakan instrument hukum yang secara positif dirancang untuk memberi jaminan kepastian perlindungan hukum bagi konsumen.¹⁶

Dalam Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen disebutkan dalam pasal 1 ayat (1) ketentuan umum tentang definisi dari perlindungan konsumen yakni, segala upaya menjamin adanya perlindungan hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, jelas, butir-butir yang tertera dalam pasal 1 ayat (1) bisa dimaknai sebagai representasi bahwa pentingnya Negara Indonesia berkomitmen menjamin hak-hak konsumen dalam bertransaksi barang dan jasa dalam dunia usaha.

Masalah kegagalan terjadi dalam pasar tidak hanya berlangsung dalam sistem pasar ekonomi konvensional, tetapi juga merembes ke sektor ekonomi yang digerakan oleh sistem teknologi informasi¹⁷ Kenyataan bahwa perdagangan secara elektronik ternyata kerap memberikan dampak negatif bagi konsumen, karena *e-commerce* membuka peluang kepada konsumen untuk melakukan transaksi lintas negara dan tanpa pertemuan fisik. Bentuk transaksi semacam itu juga memberi peluang bagi terciptanya perbedaan jarak hubungan, pengetahuan dan sumber daya antara konsumen dan pelaku usaha.

¹⁶ Widi Nugrahaningsih, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*,

¹⁷ Cristina Coteanu, *cyber consumer law and unfir tranding practiscc*, ashgate, *op.cit.* London, hlm.17

Beberapa kasus tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan hukum perlindungan konsumen dilihat dari pendekatan utama yaitu Undang-Undang Nomor.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Dan Peraturan Pemerintah Nomor.71 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Maka dengan pendelatan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada kasus yang terjadi tersebut tentu menjadi dasar permasalahan hukum dalam transaksi jual-beli dan dapat disimpulkan sebagai salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen.

Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah:

- a. Bahwa Ha katas 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 di dengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secar 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 perundang-undangan lainnya

Disisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual online) sesuai pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya,
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta diskriminatif

- d. Menjamin mutu barang, dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar barang 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
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.¹⁸

Keempat kasus diatas, lebih dipertegas lagi Pasal 8 UUPK melarang bahwa pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket lebih tegas lagi Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, *e-tiket*, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Berdasarkan pasal tersebut sangat melanggar hak-hak konsumen dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada (kasus 1,2,3,4) yang telah dilakukan penelitian melalui wawancara yang menggunakan media sosial untuk belanja online, terdapat permasalahan yang sangat serius, yang dimana ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang tertera dalam iklan/foto yang ditawarkan oleh pelaku usaha dalam platform marketplace facebook merupakan bentuk pelanggaran/atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang dan juga adanya pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha dalam hak-hak nya konsumen tidak didengar, dan menghilang begitu saja.

Konsumen sesuai pada pasal 4 huruf h undang-undang perlindungan konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai dengan pasal 7 huruf g undang-undang perlindungan konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau

¹⁸ Hukum Online “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-commerce*” diakses dari [Perindungan Hukum Terhadap Konsumen Belanja Online \(hukumonline.com\)](http://PerindunganHukumTerhadapKonsumenBelanjaOnline(hukumonline.com)) pada tanggal 25 April 2022

penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian dapat kapan saja dibatalkan.

Seperti upaya yang telah dilakukan oleh para korban yang dilakukan hanya membiarkan saja pada kasusnya, untuk masalah penipuan barang seperti ini, apabila dilakukan melalui jalur hukum, tentu butuh proses yang sangat panjang yang dilakukan penyidik kepolisian dan tentu tidak akan di tanggap, dikarenakan barang tersebut masih dibawa 5juta. Sedangkan apabila kita ingin memblokir nomer rekeningnya pun, kita harus membuat laporan ke kepolisian akan tetapi, terhalang pada hal ini. Sehingga upaya hukum yang dilakukan oleh korban konsumen lakukan tidak ada, dikarenakan tidak ada yang menjamin dalam peraturan perundang-undangan sekalipun.

Jika pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi: ¹⁹

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e ayat (2) dan pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000,00 (Dua Milyar Rupiah)”.

Ketika barang konsumen yang telah diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, maka konsumen bisa menggugat penjual online atau pelaku usaha tersebut secara perdata dengan dalih wanprestasi. Pasal 49 ayat 3 PP No.82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik telah mengatur khusus tentang masalah wanprestasi, yang isinya adalah sebagai berikut: “Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi”.

¹⁹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 62

4.1.4. Analisis Penulis

Undang-undang perlindungan konsumen belum penuh melindungi konsumen dalam transaksi sosial e-commerce karena ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam undang-undang perlindungan Konsumen belum mengakomodir hak-hak konsumen dalam transaksi sosial e-commerce. Hal tersebut dikarenakan sosial e-commerce mempunyai karakteristik tersendiri dibandingkan dengan transaksi konvensional karakteristik tersebut adalah: tidak bertemunya penjual dan pembeli, media yang digunakan adalah internet, transaksi dapat terjadi melintasi batas-batas yuridis suatu negara, barang yang diperjual belikan dapat berupa barang/jasa atau produk.

Berdasarkan penelitian, pada transaksi sosial e-commerce hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar, dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan hak-haknya secara penuh dalam transaksi e-commerce. Apabila diperhatikan, hak-hak konsumen yang secara normative diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkesan hanya terbatas pada aktifitas perdagangan yang bersifat konvensional. Disamping itu perlindungan difokuskan hanya pada sisi konsumen serta sisi produk yang diperdagangkan sedangkan perlindungan dari sisi pelaku usaha serta jaminan kerahasiaan data-data milik konsumen belum diakomodir oleh undang-undang perlindungan konsumen, dalam faktanya hak-hak tersebut sangat penting untuk diatur keamanan konsumen dalam bertransaksi.

Perlindungan hukum konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Bentuk perlindungan konsumen terhadap layanan situs belanja *online* mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang atau jasa yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat pemakaian barang atau jasa tersebut.

Bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap layanan situs belanja *online marketplace* dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam bentuk perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana. Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Maka pengaturan bentuk perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.²⁰

Bentuk hukum perlindungan konsumen terhadap layanan situs belanja *online* adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk-produk konsumen antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat. Tegasnya, hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta

²⁰ Zulham, *Op.Cit.*, hlm. 21.

putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen. Hal ini sangat terkait dengan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan konsumen yang berbunyi: “Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini”.

Konsumen dalam transaksi *e-commerce* atau *online* memiliki resiko yang lebih besar daripada penjual. Atau dengan kata lain hak-hak konsumen dalam *ecommerce* sangat rentan. Selain itu, ada hal lain yang dapat semakin merugikan konsumen atau pembeli, yaitu data dapat dicuri oleh pihak ketiga pada saat terjadi komunikasi antara pembeli dan penjual, pencuri bisa mendapatkan nomer kartu kredit dengan cara menyusup ke sebuah *server* atau juga *personal computer*, dan pembeli dapat saja ditipu oleh penjual yang palsu atau fiktif. Oleh karena itulah selain jaminan yang diberikan oleh penjual sendiri, diperlukan juga jaminan yang berasal dari pemerintah. Jaminan dari pemerintah ini diharapkan berupa undang-undang yang dapat memberikan kedudukan yang lebih kuat bagi konsumen.

Pada tanggal 20 April tahun 2000, Indonesia telah memulai memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mengatur mengenai hak-hak konsumen, dan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi produsen. Jika dikaitkan antara hak-hak konsumen yang terdapat di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan hak-hak konsumen pada transaksi *ecommerce*, hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar.

Berdasarkan kesimpulan dari diskusi ilmiah “Pengembangan *Cyberlaw*” di Indonesia, Kesiapan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia Mengantisipasi Kegiatan *e-commerce* di kampus Universitas Padjajaran, tanggal 3 Juni tahun 2000 disimpulkan bahwa hak-hak konsumen dalam *e-commerce* yang tergolong riskan adalah sebagai berikut:

- 1). Tidak ada jaminan keselamatan dan kemanan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Hal ini dikarenakan para konsumen tidak dapat langsung

mengidentifikasi, melihat atau menyentuh barang yang akan dipesan lewat internet, sebagaimana yang biasa terjadi dalam transaksi tatap muka di pasar.

2). Tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh informasi yang dibutuhkannya dalam bertransaksi sebab informasi yang tersedia dibuat secara sepihak oleh penjual atau produsen, tanpa ada kemungkinan konsumen melakukan *verifikasi*.

3). Tidak terlindunginya hak-hak konsumen untuk mengleuh atau mengadu atau memperoleh kompensasi. Hal ini karena transaksi lewat internet, dilakukan tanpa adanya tatap muka, maka ini membuka peluang tidak teridentifikasinya si produsen atau penjual barang atau jasa tersebut. Bisa saja produsen hanya mencantumkan alamat yang tidak jelas atau hanya sekedar alamat di surat elektronik atau *e-mail* yang tidak terjangkau dunia nyata. Akibatnya bila terjadi keluhan, konsumen akan kesulitan menyampaikan keluhannya. Selain itu, dapat juga keluhan konsumen tidak tanggap sebab sulitnya menuntut produsen di dunia *virtual*.

4). Dalam transaksi pembayaran lewat *e-commerce*, biasanya konsumen harus terlebih dahulu membayar penuh (menggunakan pembayaran *COD* atau pembayaran sistem elektronik), barulah pesannya diproses oleh produsen atau penjual. Hal ini jelas berisiko tinggi bagi konsumen sebab membuka peluang terlambatnya barang yang dipesan, atau isi dan mutunya tidak sesuai dengan pesanan atau sama sekali tidak sampai ketangan konsumen (kemungkinan terjadinya wanprestasi).

5). Transaksi *e-commerce* dapat dilakukan antar negara. Bila terjadi sengketa, akan sulit ditentukan hukum negara mana yang akan dipakai.²¹

²¹ Edmon Makarin, *Op.Cit.*, hlm. 275.

4.2. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Konsumen Apabila Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Media *Facebook*.

Pembahasan dan analisis penelitian yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah II yaitu bagaimana upaya hukum yang dilakukan konsumen apabila dirugikan dalam transaksi jual beli *Online* melalui media *Facebook*. Dan untuk menjawabnya penulis akan menjelaskan terlebih dahulu yaitu mengenai peraturan yang menjadi dasar hukumnya yaitu Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 dan juga mengenai peraturan tentang badan penyelesaian sengketa konsumen mengenai salah satu tugas dan wewenangnya BPSK adalah menangani permasalahan konsumen dengan mediasi atau arbitrase ataupun konsiliasi yang diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian Perdagangan Nomor. 350/MPP.Kep/12/2001²² yang dimana mengenai menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen.

Seperti kita ketahui bahwa UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang atau jasa harus dihindarkan dari aktifitas perdagangan pelaku usaha.

Survey menunjukan bahwa Negara Republik Indonesia Masuk daftar pengguna *facebook* terbanyak pada posisi Ketiga per Januari 2022 berdasarkan sumber statistika pada tanggal 8 maret 2022 dengan jumlah pengguna aplikasi *facebook* untuk wilayah Indonesia mencapai angka 129,85 Juta pengguna *facebook* aktif per 2022 dan tentunya akan terus meningkat pertahunnya.²³ Dengan angka pengguna *facebook* yang begitu besar tentu saja hal ini juga akan meningkatkan jumlah pengguna yang melakukan transaksi melalui media *facebook*. Mengingat didalam media *facebook* terdapat suatu forum bernama *Marketplace* yang dimana *facebook* memberikan wadah bagi penggunanya untuk melakukan transaksi *online*. Banyaknya transaksi yang terjadi di media *facebook* tentu

²² Haris, Freddy. "*Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal*" Jakarta: Tnp, 2000 hlm. 13.

²³ *Indonesia Masuk Dalam Pengguna Facebook Terbanyak, Berdasarkan per 2022*" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/indonesia-masuk-daftar-pengguna-facebook-terbanyak-urutan-berapa> Diakses Pada tanggal 26 April 2022

saja banyak terjadi suatu permasalahan-permasalahan yang terjadi didalamnya. Maka dari itu diperlukan suatu paying hukum yang dapat melindungi para pihak yang melaksanakan transaksi *online*.²⁴ Undang-undang yang dapat memberi perlindungan hukum pada transaksi *online* melalui media *facebook* yaitu undang-undang perlindungan konsumen.

Jika konsumen dirugikan dalam melakukan transaksi *Online*, UUPK telah memberikan alternatif ruang untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi *Online* yaitu melalui pengadilan dan diluar pengadilan. Dalam penyelesaiannya melalui pengadilan, hal ini tersebut telah diatur dalam pasal 45 ayat (1) UUPK yang mengatur bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum” Pasal 45 ayat (2) UUPK mengatur tentang sebagai berikut: “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”. Selanjutnya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diatur dalam pasal 47 UUPK yang mengatur ebagai berikut: “Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tetentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”. Dengan kedua cara yang bisa diterapkan konsumen yang mendapatkan kerugian atas pelaku usaha, konsumen dapat memilih sala satu cara tersebut untuk mendapatkan keadilan yang telah diatur dalam UUPK baik itu melalui peradilan maupun diluar peradilan.²⁵

Badan ini dibentuk di setiap daerah tingkat II sesuai dengan pasal 49 Undang-undang Perlindungan Konsumen, BPSK di bentuk untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan, dan badan ini mempuyai majelis anggota-aggota dari unsur pemerintah, konsumen dan pelaku usaha. Keanggotaan badan terdiri atas ketua

²⁴ Widyantri, Ni Putu Trisna, And Aa Ngurah Wirasila. “Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidakesuaian Produk Pada Jual Beli Online”, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 7, No. 8,2019, hlm. 11.

²⁵ *Ibid*, hlm. 12.

merangkap anggota, wakil ketua merangkap anggota dan anggota di bantu secretariat (pasal 50 jo 51 Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

Penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan adalah dengan pengajuan gugatan ke pengadilan yang berada dilingkup peradilan umum sebagaimana diatur dalam pasal 48 UUPK. Sedangkan penyelesaian diluar pengadilan yaitu dengan cara mengajukan gugatan atau pengaduan kepada lembaga yang berwenang yaitu kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dimana telah diatur pada pasal 45 ayat (1).²⁶

Penyelesaian sengketa jual beli online melalui jalur pengadilan dinilai kurang efisien mengingat dibutuhkan waktu lebih lama, biaya dan tenaga sehingga sebagian besar masyarakat yang mengalami kerugian akan memilih penyelesaian sengketa melalui jalur diluar pengadilan. Meski demikian jika dalam penyelesaian tersebut tidak kunjung menemukan titik terang dan kesepakatan maka jalan satu-satunya yaitu melalui jalur litigasi untuk mendapat suatu keadilan.

Dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan, pemerintah telah membentuk BPSK yang ditunjuk untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan konsumen dan pelaku usaha. BPSK memiliki tugas dan wewenang dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Pada Pasal 52 UUPK memuat tentang tugas dan wewenang BPSK yang didalamnya memuat sebagai berikut:²⁷

- a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencatuman klausula baku
- d. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini
- e. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen
- f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen

²⁶ Putu Surya Mahardika, *Op.cit.* hlm.12.

²⁷ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52

- g. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen
- h. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen
- j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan
- k. Memustuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian dipihak konsumen
- l. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap konsumen
- m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini

Penyelesaian permasalahan transaksi online juga dapat melalui musyawarah yang dimana dalam musyawarah tersebut konsumen dapat meminta ganti kerugian pada pelaku usaha dalam bentuk pertanggungjawaban baik dalam bentuk uang maupun barang. Apabila tidak ditemukannya titik terang dalam musyawarah tersebut maka dapat membuat gugatan atau pengaduan ke BPSK.²⁸

Berdasarkan hasil wawancara penelitian dari Majelis Ketua dan unsur dari Konsumen Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Bekasi Wilayah Provinsi Jawa Barat mengenai kasus yang ditampilkan dalam upaya hukum jika dirugikan penelitian ini, Bahwa Ketua BPSK mengatakan.²⁹

“Bahwa Peran BPSK sebagai wadah dalam memberikan serta membuka ruang perlindungan kepada konsumen. Dalam Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 lebih spesifik Penggugat adalah Konsumen Akhir (*user*), Tergugat adalah Pelaku Usaha. Dalam Hukum acaranya semua perkara tidak bisa mengadili di BPSK. Jika pelaku usaha di rugikan tidak bisa melaporkan ke BPSK, karena hanya menyangkut sengketa terhadap konsumen”.

²⁸ Ni Made Dewi Intan Lestari, *Op.cit.* hlm.11.

²⁹ Data ini di peroleh melalui serangkaian wawancara dengan Bapak Sugianto, Jabatan Ketua BPSK Kota Bekasi Provinsi Jawa Barat.

“Upaya yang dilakukan BPSK kepada korban konsumen tentu memberikan atensi terhadap konsumen untuk selalu berhati-hati dan waspada serta menjadi konsumen yang cerdas. Tentu terjadinya permasalahan sengketa, dimana pemenuhan hak dan kewajiban ini tidak selamanya mulus. Sehingga di memungkinkan terjadinya sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam Penyelesaian sengketa jika pelaku usaha berada di Indonesia dan dibuktikan dengan alamat dan informasi yang ada maka penyelesaian sengketa dapat dilakukan dan selama bukti transaksi cukup dan valid dengan cara melakukan penyelesaian sengketa yang ada di UU ITE nomor. 11 tahun 2008 pasal 38 ayat 1. Dengan demikian jika ada sengketa konsumen BPSK siap mengadili, sepanjang kesepakatan para pihak baik konsumen dan pelaku usaha. Konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pihak pelaku usaha secara *online* yang mengakibatkan adanya kerugian pada konsumen”.³⁰

“Suatu sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui pengadilan dan tentu ada biaya administrasi, langkah selanjutnya dapat pula di selesaikan di luar pengadilan melalui BPSK (Tidak Di Punggut Biaya bentuk upaya pemerintah terhadap masyarakat) yang melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen. Dalam hal ini peran BPSK dalam tugas dan penyelenggaraannya pada perlindungan bagi konsumen merupakan ujung suatu penyelesaian untuk memberikan suatu perlindungan kepada konsumen yang telah di rugikan. Upaya yang dilakukan BPSK ini adalah tempat wadah yang dimana masyarakat dapat melaporkan serta membuat pengaduan jika terjadi sengketa konsumen. Opsi Upaya Penyelesaian melalui Kesepakatan antara Pihak melalui Mediasi, Konsiliasi, Arbitrase (Memeriksa dan Mengadili suatunya keputusan BPSK) dalam persidangannya mini dipangkas (Opsi Penyelesaian, Sidang Awal, jawaban dan pembuktian, Saksi dan Para Pihak jika tidak ada kesimpulan dan dilakukan putusan dalam waktu 21 hari dan sifat perkaranya di pisahkan)”.³¹

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

“Semua sengketa konsumen Dimana posisi kedudukan sama seperti dengan Pengadilan. BPSK tidak dikenal minimal berapa kerugian yang di derita konsumen, selama konsumen memiliki hak untuk memperjuangkan nominal kerugiannya dalam bentuk laporan kerugian yang di derita oleh konsumen, selama berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen. Inilah bentuk upaya Pemerintah memberikan Perlindungan serta ruang Kepada Konsumen, jika mengalami kerugian baik Pelaku Usaha atau Konsumen, BPSK Siap Mengakomodir dan juga memberikan wadah untuk meyelesaikan sengketa tersebut, agar tidak menempuh sampai ke Pengadilan.”³²

“Upaya Hukum melalui pengadilan dan luar pengadilan tentu efektif dilakukan, semua sengketa konsumen bisa memanggil, di proses dan mengadili di BPSK selama para pihak sepakat, tetapi dalam permasalahan kasus yang terjadi dalam kasus ini, ada di lema tersendiri dalam permasalahan hukum karena ada unsur dominannya pidana (Penipuan) dan mengarah ke *Siber Crime*. Karena ada banyak faktor mengenai teknologi informasi tidak sesuai dilakukan oleh pelaku usaha, seperti pada umum nya adalah kendala pada akunnya palsu, alamat tidak diketahui dan tidak bisa lanjut ketahap pemeriksaan BPSK”.³³

“Berdasarkan keterangan yang di dapat dari Narasumber oleh Majelis BPSK Unsur Konsumen yaitu Bapak Daniel Heriantho Purba³⁴, bahwa BPSK Kota Bekasi belum pernah menerima pengaduan mengenai kasus tersebut, dimana pelaku usaha berada diluar negri. Tetapi dalam pengalaman diluar BPSK sebagai *Lawyer* upaya yang dilakukan meminta bantuan hukum serta konsultasi ke Pihak pengadilan, dan di kabulkan oleh Pengadilan untuk memanggil pihak yang bersangkutan. Apabila ada kerjasama dengan pihak Perusahaan Negara Indonesia, akan di panggil perwakilan dari cabangnya. Upaya yang dilakukan yaitu melakukan mediasi untuk dilakukan kerjasama untuk mempertanggung jawabkan atas perbuat pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian pada pihak konsumen.

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

³⁴ Data ini di peroleh melalui serangkaian wawancara dengan Bapak Daniel Herianto Purba, Selaku Majelis Unsur Konsumen BPSK Kota Bekasi.

Apabila menyangkut ada unsur kejahatan internasional upaya dilakukan yaitu melakukan kerjasama oleh Pihak Kepolisian dan Pihak Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI).³⁵

Melihat keterbatasan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam upaya mengungkapkan permasalahan hukum dalam transaksi belanja *Online*, maka perlu menjadi exitensi dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang seharusnya keberadaanya dapat membantu masyarakat dalam menyelesaikan sengketa yang timbul di bidang sosial ekonomi.

Kemudian penulis berpendapat bahwa adanya suatu hal yang dilihat dari beberapa kekurangan-kekurangan yang timbul dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Maka seharusnya ini menjadi titik fokus dari Pemerintah dalam segi hukum di Bidang perlindungan hukum dan melihat dari sisi sosial ekonomi. Jika tidak ada perubahan yang dibuat oleh pemerintah, maka Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen akan terus berjalan dengan kekurangan-kekurangan yang telah di ketahuinya, sehingga menimbulkan opini publik yang tidak mengenai Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

4.2.1. Analisis Penulis

Transaksi e-commerce dapat dilakukan antar negara. Bila terjadi sengketa, akan sulit ditentukan hukum negara mana yang akan dipakai. Pelaku usaha dapat berbentuk pelaku usaha di bidang pembuatan barang atau jasa, maupun di bidang pengedaran atau penjualan barang atau jasa sehingga yang menjadi lingkup atau ruang berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini hanyalah pelaku usaha yang bergerak di dalam wilayah hukum Republik Indonesia.

Sebagaimana telah diuraikan dalam pembahasan sebelumnya, dapat dilihat bahwa hubungan para pihak dalam transaksi bisnis melalui internet atau lebih dikenal dengan e-commerce sepatutnya tidak hanya melibatkan pihak pelaku usaha dan konsumen saja, melainkan juga pihak provider. Meskipun terdapat perjanjian pendukung lain demi

³⁵ *Ibid.*

kelancaran proses transaksi, namun yang lebih disorot disini adalah kedudukan masing-masing pihak, mencakup hak dan kewajibannya yang tercipta dari hubungan hukum dalam dunia internet tersebut. Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan juga konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud disini adalah mencakup aspek nasional dan internasional. Artinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan perikatan haruslah jelas dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan di bidang perlindungan konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional, atau harmonisasi hukum. Kepentingan para pihak yang berada pada yuridiksi negara yang berbeda pun tentunya akan menyulitkan untuk menentukan hukum negara mana yang berlaku karena suatu kebijakan yang mendasari adanya suatu transaksi internet harus konsisten dan dapat diberlakukan secara global, mengingat kedudukan para pihak yang tidak berada pada suatu yuridiksi negara tertentu saja. Masalah yang kemudian berkembang dari sisi pelaku usaha selaku penyedia barang dan atau jasa adalah perlindungan hak atas kekayaan intelektual melalui nama domain, juga perlindungan hukum atas persaingan curang. Sementara itu dari sisi konsumen, diperlukan suatu bentuk perlindungan konsumen yang dapat mengakomodasi berbagai hak yang dimiliki konsumen.

Pelaku usaha dapat berbentuk pelaku usaha di bidang pembuatan barang atau jasa, maupun di bidang pengedaran atau penjualan barang atau jasa sehingga yang menjadi lingkup atau ruang berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini hanyalah pelaku usaha yang bergerak di dalam wilayah hukum Republik Indonesia.

Pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia tergantung dari perjanjian antara para pihak. misalnya, menambahkan suatu klausula yang berbunyi “bahwa segala transaksi yang terjadi dengan Amazone.com berlaku *“The laws of State of Washington.”* Dengan demikian, konsumen yang berasal dari negara manapun yang melakukan transaksi dengan Amazon.com tunduk pada hukum negara bagian Washington. Oleh karena itu, jika gugatan ditujukan pada penjual yang ada di luar negeri, gugatan diajukan ke negara yang bersangkutan dengan menggunakan instrument hukum perdata internasional, seperti perjanjian atau yurisprudensi. Ketika sengketa terjadi antara warga

negara atau penduduk Indonesia dengan situs belanja online yang berada di Indonesia, contohnya situs transaksi jual-beli di *marketplace facebook*, tidak takan ada masalah karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku, serta adanya Undang-Undang Informasi dan Teknologi serta Undang-Undang Hak cipta. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum menjangkau *e-commerce* secara keseluruhan, tetapi untuk perusahaan yang jelas alamat dan keberadaannya, jika perusahaan tersebut melakukan wanprestasi, ia dapat tetap dituntut menurut hukum.

Kerangka yang mendasari adanya prinsip tanggung jawab pelaku usaha lebih mendapat penekanan dalam penelitian ini karena terkait dengan kedudukan hukum yang lemah dari pihak konsumen. Sesungguhnya perikatan yang terjadi di antara para pihak merupakan wujud dari ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 Jo. 1234 KUHPerdata, yaitu tiap-tiap perikatan lahir karena adanya persetujuan atau undang-undang, dan setiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu. Perikatan didalam suatu transaksi menimbulkan suatu janji bahwa satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemudian tidak mematuhi, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi. Bagian ini memahami konsep tanggung jawab yang dijalankan oleh para pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, tanggung jawab tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Tanggung jawab atas informasi Pemikiran mengenai hak konsumen atas informasi diawali pada era globalisasi, yaitu ketika sekat dan batas antarbangsa telah kabur. Informasi telah menjadi komoditas yang diperhitungkan konsumen karena sering menjadi korban akibat tidak bersikap kritis serta tidak mempertanyakan keadaan suatu informasi mengenai barang dan atau jasa yang telah dikonsumsi, padahal lengkap atau tidaknya informasi ikut menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi kepentingan konsumen dalam memilih barang. Standart umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli

barang sesuai dengan kebutuhannya dan kualitas barang, Pada hal tersebut dapat membantu produsen untuk menetapkan bentuk atau standart produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tentunya di sini prinsip *caveat venditor* memegang peranan penting di mana pelaku usaha harus dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dari produk-produk yang tidak aman. Jadi, pelaku usaha harus berhati-hati terhadap keluaran produk yang berasal dari industri yang dihasilkannya. Intinya yang paling penting adalah informasi harus terbebas dari manipulasi data. Sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 butir d yaitu, “Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi” ada tiga perbedaan bentuk tanggung jawab informasi di dalam transaksi di internet yaitu sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab informasi atas iklan di internet Ada beberapa alasan mengapa iklan sering digunakan oleh perusahaan barang maupun jasa dalam promosi. Iklan dianggap sebagai faktor yang sangat penting untuk menjangkau khalayak luas. Walaupun iklan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, namun bila dibandingkan dengan cara promosi lain, misalnya sales promotion, iklan dikatakan sebagai *cost effective* karena memang relative murah dan efektif. Pengertian tanggung jawab informasi pada iklan adalah bahwa penawaran yang dilakukan pelaku usaha terhadap produk berupa barang baik bergerak maupun tidak bergerak dan atau jasa harus memuat keterangan yang tidak menimbulkan salah interpretasi mengenai keadaan barang dan atau jasa tersebut. Tanggung jawab dalam memberikan keterangan suatu produk sepenuhnya harus mengacu pada beberapa asas umum kode etik periklanan.
- b. Tanggung jawab informasi atas kontrak elektronik Pengertian tanggung jawab informasi pada pembentukan kontrak elektronik adalah kewajiban dalam memberikan keterangan yang diberikan pihak pelaku usaha kepada konsumen untuk melakukan pengikatan pada tahapan transaksi yang akan menghasilkan hak dan kewajiban masing-masing pihak.
- c. Tanggung jawab informasi atas pilihan hukum Salah satu aspek hukum dalam transaksi di internet yang berkaitan dengan penelitian ini adalah informasi seputar penyelesaian sengketa bisnis. Masalah tersebut sering kali menjadi pemikiran yang rumit di antara para pihak pelaku usaha dengan konsumen yang berbeda wilayah hukum nya. Salah satu pernyataan kondisi yang harus ada di dalam bisnis di internet adalah mengenai yuridiksi serta pilihan hukum dan forum pengadilan mana yang akan memeriksa perkara bila sengketa terjadi. Yuridiksi adalah kekuasaan atau kompetensi hukum negara terhadap orang, benda atau peristiwa hukum. Jadi,

yuridiksi berkaitan dengan kecakapan dari suatu forum tertentu untuk mengadili suatu kasus atau mengatur sesuatu hal.

2. Tanggung jawab hukum atas produk Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada product liability atau pertanggungjawaban produk. *Product liability* adalah tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat menggunakan produk-produk yang dihasilkannya. Ketentuan ini terdapat di dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab atas memberikan kerugian

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam kekuatan hukum perjanjian di suatu layanan situs belanja *online* menurut KUHPERDATA adalah sah dan dapat diakui. Karena di dalam perjanjian situs *online* tersebut terdapat hal yang harus ada, yaitu harus ada perjanjian tertentu sebagaimana yang telah diatur di dalam pasal 1320 KUHPERDATA tentang syarat sahnya suatu perjanjian yaitu apabila di dalam perjanjian situs belanja *online* telah termuat kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Kemudian mengenai Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual *online* dalam hal terjadinya ada ketidaksesuaian dalam prosedur transaksi belanja *Online* yang terdapat di dalam *facebook*, yang dimana terdapat pasal 8 huruf A yang dimana perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha tidak memenuhi dengan standar yang dipersyaratkan dalam UUPK, namun pelaksanaannya Si Penjual melakukan ada ketidaksesuaian pada saat iklan atau pemasaran yang menyebabkan kerugian kerugian bagi pihak calon pembeli. Sehingga pada hal ini menyebabkan kerugian bagi konsumen yang melihat suatu iklan, akan tetapi tidak sesuai dengan faktanya.

5.1.2 Jika salah satu konsumen merasa dirugikan oleh pihak situs belanja *online*, contohnya di dalam situs belanja *online marketplace facebook* merupakan sebagai penyedia situs belanja *online* saja, sedangkan tanggung jawab kerugian yang dialami oleh konsumen merupakan tanggung jawab penjual barang yang terdaftar di situs belanja *online*. Namun dalam hal terjadinya ada ketidaksesuaian dalam prosedur transaksi belanja *Online* yang terdapat di dalam *facebook*, yang dimana terdapat pasal 8 huruf A yang dimana perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha tidak memenuhi dengan standar yang dipersyaratkan dalam UUPK, namun

pelaksanaanya Si Penjual melakukan ada ketidak sesuain pada saat iklan atau pemasaran yang menyebabkan kerugian kerugian bagi pihak calon pembeli. Sehingga pada hal ini menyebabkan kerugian bagi konsumen yang melihat suatu iklan, akan tetapi tidak sesuai dengan faktanya. Contohnya, jika ada permasalahan pada pembayaran baik pembayaran *elektronik* atau COD suatu barang yang dibeli oleh konsumen, setelah sudah dibayar oleh konsumen kemudian barang yang diinginkan atau yang sudah terbeli oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ada di iklankan atau di perdagangkan, maka jika pelaku usaha yang mempunyai etidak baik dan jujur serta bertanggung jawab akan mencari alternatif barang pengganti atau melakukan pengembalian dana sesuai dengan nilai uang yang telah dibayarkan oleh pembeli, dan untuk pembayaran COD jika tidak yakin dengan keadaan barang di kirimkan melalui pihak kurir, konsumen berhak untuk membatalkan transaksi dan mengembalikan ke pihak kurir.

- 5.1.3 Berhubungan dengan hasil wawancara pihak korban konsumen dan melakukan wawancara melalui BPSK Mengenai Upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen apabila dirugikan dalam transaksi jual beli *online* melalui media *Facebook*. Seperti kita ketahui bahwa UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan jasa harus dihindarkan dari aktifitas perdagangan pelaku usaha.

Salah satu bentuk konkret jika konsumen dirugikan dalam melakukan transaksi *Online*, UUPK telah memberikan alternatif ruang untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi *Online* yaitu melalui pengadilan dan diluar pengadilan. Dalam penyelesaiannya melalui pengadilan, hal ini tersebut telah diatur dalam pasal 45 ayat (1) UUPK yang mengatur bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum” Pasal 45 ayat (2) dan selanjutnya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diatur dalam pasal 47 UUPK

5.2 Saran

Saran yang penulis berikan dari hasil penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam terjadinya kasus dirugikan oleh pelaku usaha dengan tujuan agar terciptanya aturan yang jelas supaya dapat memberikan perlindungan hukum dan tentu mendukung penuh berbelanja secara *online* dengan menggunakan teknologi komunikasi yang kedepannya lebih mengedepankan *Metaverse* dengan penuh yakin Negara Indonesia akan lebih baik dan mendukung pemerintah yang akan datang, sehingga tercipta penerus generasi bangsa yang baik, maka:

1. Hendaknya kepada pemerintah membuat satu undang-undang yang mengatur secara jelas dan rinci tentang perjanjian elektornik, karena di era globalisasi sekarang ini sistem perjanjian elektronik semakin banyak jenisnya baik dari segi penipuan, penggelapan dalam belanja melalui sosial media *marketplace* sehingga dapat mengantisipasi terjadinya kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen dan membuat suatu undang-undang khusus yang mengatur tentang bentuk–bentuk perlindungan konsumen khusus konsumen yang menggunakan jasa online dalam memperoleh kebutuhannya.
2. Bagi Konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi *E-commerce*, mengingat antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling bertatap muka dan tidak saling mengenal, maka perlu di waspadei jika ada tindakan kecurangan dari pelaku usaha, alangkah baik nya mengecek nomor pelaku usaha menggunakan aplikasi *Get Contact*. Oleh karena itu, perlu sikap teliti dan waspada dari konsumen dalam melakukan kesepakatan dalam transaksi Sosial *E-Commerce*.
3. Bagi pelaku usaha agar tidak melakukan tindakan wanprestasi guna memperoleh keuntungan yang berlebih. Dasar dalam membuka usaha sosial *ECommerce* adalah “Amanah dan Kepercayaan” (*Trust*) dari konsumen, oleh karena itu, pelayanan dengan kualitas yang tinggi serta etikad baik dalam melakukan usaha dalam *E-Commerce* sangat dibutuhkan untuk menunjang kesuksesan usaha dari pelaku usaha dari pelaku *E-commerce* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- A. H. 2019. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung: Nusa Media.
- A. Zein Umar Purba. 1992 “*Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan*”,
Majalah Hukum Dan Pembangunan, No. 4 Tahun XXII/Agustus.
- Abd Haris. 2017 *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Makasar: Sah Media.
- Abdul Halim Barkatullah. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Bandung: Nusa Media.
- _____. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Bandung: Nusa Media, 2008.
- Ahmad Ali. 1996. *Menguak Tabir Hukum*. Jakarta: Chandra Pratama.
- Ahmad Miru Dan Sutarman Yudo. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Chandra Pratama.
- Ahmad Miru. 2004. *Hukm Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ahmad Miru. 2010. *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahmad Ramli. 2010. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: Refika Aditama
- Aulia Muthiah. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Az Nasution. 2006. *Hukum Perlindungan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media.
- _____. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media.
- Bachtiar. 2018. *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Bambang Iriana. 1991. *Ahli Bahasa*. Dj. Sinar Gratifika.
- Barbanand Sandage. 1968. *Reading in Advertising and Promotion Strategy USA*: Richard D Irwin Inc.

- Burhan Ashsofa. 1998. *Metode Penelitian Hukum, Cetakan ke ii*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Celine Tri Siwi Krisyanti.
- Cita Yutisia Serfiyani, DKK. 2013. "*Buku Pintar Bisnis Online Dan Transaksi Elektronik: Plus Tips Bijak Mendirikan Bisnis Online, Mengembangkan Bisnis Online, Belanja Online, Transaksi Online, Dan Menghindari Penipuan Online* / Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D. Purnomo, Iswi Hariyani," Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cristina Coteanu, *cyber consumer law and unfir tranding practiscc*, ashgate, op.cit. London.
- David Oughton, Jho Lowry. 1997. *The Text Book On Consumer Law*, London: Black Stone Press Limited, 1997.
- Dominikus Rato, 2010. *Filsafat Hukum Mencari: Memahami dan Memahami Hukum*, Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Edmon Makarim. 2003. *Kompilasi Hukum Telematika.Op*, Jakarta: PT. Grafindo.
- Grolier dikutip dalam Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hlm. 13.
- Gunawan Widjaja Ahmad Yani. 2001. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Gunawan Widjaja Ahmad Yani. 2001. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Gustav Radbruch dalam Achmad Ali. 2002. *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*. Jakarta: Gunung Agung.
- Haris, Freddy. 2000. "*Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal*" Jakarta: Tnp.
- Pardomuan & Herrybertus Sukartono. 2009. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Krakatau.
- Ian Ramsay. 2003. *Consumer Redress and Acces too Justice*, op.cit.
- Inosentius, Samsul. 2004. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia.
- J.J.H. Bruggink, "*Rechts Reflectief*", Terjemahan Arief Sidharta dalam *Refleksi Tentang Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Janus Sidabalok. 2014 *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya.

- Johnny Ibrahim. 2008. *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim. 2016. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Depok: Kencana.
- Khusbai Vibhute dan Filipos Aynalem. 2009. *Legal Research Method: Teaching Material, Prepared Under The Sponsorship Of The Justice And Legal System Research*, 2009.
- L.J. Van Apeldoorn. 1986. *Pengantar Ilmu Hukum, terjemahan Oetarid Sadino*. Jakarta: radnya Paramita.
- Malcolm Leder, Peter Shears. 1996. *Frame Works Consumer Law, Fourth Edition*, London: Pitman Publishing.
- Meuwissen. 2008. *Tentang Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum, Dan Filsafat*, Terjemahan B. Arief Sidharta, Bandung: Reflika Aditama.
- Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad. 2010. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogtakarta: Pustaka Pelajar.
- Munir, Fuady. 2015. *Konsep Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- N.H.T. Siahaan. 2005. *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dalam Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Panta Rei.
- Nosentius Samsul. 2004. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nudirman Murnir, 2017 *Pengantar Hukum Siber Indonesia*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Peter Mahmud Marzuki. 2005. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana-Prenada Media Group.
- _____. 2007. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana-Prenada Media Group.
- _____. 2008. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group
- Philipus M. Hadjon, dkk. 2011. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Prof.Dr. H. Zainuddin Ali, M.A. 2007. *“Sosiologi Hukum”*. Jakarta: Sinar Grafika.
- R. Subekti. 1988. *Aspek-aspek Hukum Perikatan Nasional*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Rosmawati. 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Kencana.
- Salim. 2008. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Satjipto Rahardjo. 1986. *Ilmu Hukum*. Bandung: Alumni.
- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo.
- _____. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo.
- _____. 2006. *Moralitas Profesi Hukum: Suatu Tawaran Kerangka Berpikir*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soerjono Soekanto, 1988, *Efektivitas Hukum dan Penerapan Sanksi*, Bandung: CV. Ramadja Karya, hlm. 80.
- Soerjono Soekanto dalam Bachtiar. 2018. *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Hukum*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Subekti dan Tjitrosudibio. 1996. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramitha.
- Sudikno Mertokusomo. 1996. *Penemuan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Liberty.
- _____. 1986. *Mengenal Hukum, Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. 2012 *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA.
- Suhrawadi k. Lubis dan Farid Wadji. 2014. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha*. 2002. *Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 1999 Pembukaan

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Republik Indonesia
Tentang Perlindungan Konsumen*

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU
No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*

*Peraturan Pemerintah Nomor. 80 Tahun 2019 Tentang Peraturan Perdagangan Melalui
Sistem Elektronik*

C. Jurnal

A. A., & D. G. (2021). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online melalui media facebook. *jurnal kertha negara*, 84-85.

A. H., Zamroni, & H. S. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam transaksi jual beli Online. *jurnal reformasi Hukum*, 21-22.

Abdul Karim Munthe, *Pengantar Perjanjian Baku Dalam Transaksi Bisnis Menurut Hukum Islam*, (AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah 15, no. 2, 2015), hlm. 211-220.

Auditya Herdana, (2010). "*Analisis Pengaruh Merek Brand awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance Studi Kasus Pada Pru Passion Agency Jakarta*", Shim, T.A., hlm. 6.

Arsyad, Sanusi. 2010. *Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*, *Jurnal Hukum Bisnis*, 29 (1).

Devi, Komang Bulan TrinLaksmi dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online*", *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 1-5.

Erlinawati, Mira, and Widi Nugrahaningsih." "Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online." "*Serambi Hukum*" 11, no. 01 (2017): 27-40.

- Gibbs, Jennifer et al, *“Environment and Policy Factors Shaping Global E-Commerce Diffusion: A Cross-Country Comparison”*, dalam *The Information Society: An International Journal*, Vol. 19(1), 2003, hlm. 5-18
- I Wayan anf Gde Wiryawan, *“Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery) I Wayan Gde Wiryawan,” Jurnal analisis Hukum 4, no. 2 (28 September 2021)*, Universitas Udayana Bali, <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/JAH/article/view/3126>.
- KUHPerdata dan UNICTRAL, *Model Law On Electronic Commerce*, Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul Vol. 7, No., Desember 2011, hlm. 182-194
- Lestarini, Ni Made Dewi Intan, dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra *“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akkbat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Diinstagram.” Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 7, No. 10, 2019, hlm. 6.*
- Mayasari Sasmito, 2015. *Pemanfaatan Media Sossial Online*. Jurnal: Banyumas.
- Mustari, M., & Rahman, M. T. 2011. *Nilai Karakter: Refleksi untuk Pendidikan Karakter* (Vol. 1). Laksbang Pressindo. <http://digilib.uinsgd.ac.id/15114/> diakses pada tanggal 17 maret 2022
- Romy Rahmana, *“Studi Pemberlakuan Pasal-pasal yang terkait dengan periklanan Dalam Unndang-Undang Perlindungan Konsumen diIndonesia”*, Tesis, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2002), hlm.18.
- Satria Trilaksana Akbar, *“Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Aplikasi Shopee,”* diakses pada 20 Desember 2021, pukul 22.30.v2.eprints.ums.ac.id, 2020, <http://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/87878>. hlm 7
- Sukarni and Ydhi Tri Permono, *“Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Secara Online,” Jurnal Hukum 35, no. 1 (2019): 77-100*, <https://doi.org/10.26532/jh.v35i1.11046>, hlm. 88.
- Widyantri, Ni Putu Trisna, And Aa Ngurah Wirasila. *“Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksesuaian Produk Pada Jual Beli Online”*, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 7, No. 8,2019, hlm. 11.

Wijaya, I. Gede Krisna Wahyu, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya, *“Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online.”* Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 6, No. 8, 2018, hlm. 6.

D. Sumber Lainnya

“Visa Memberikan Pengamanan Tambahan untuk Menunjang Pertumbuhan eCommerce” <https://www.visa.co.id/about-visa/newsroom/press-releases/nr-id-151208.html> Di akses pada tanggal 3 November 2021, Pukul 19:52 WIB

“Sederet Keuntungan Belanja Online, Lebih Praktis, Banyak Diskon, Hingga Transaksi Lebih Mudah” <https://m.tribunnews.com/amp/lifestyle/2020/10/13/sederet-keuntungan-belanja-online-lebih-praktis-banyak-diskon-hingga-transaksi-lebih-mudah> Di akses pada tanggal 3 November 2021, Pukul 20:00 WIB

“Asia Social Commerce Report 2018 yang dirilis oleh Marsyah Nabila dalam, Ecommerce VS Social Commerce_ Adu Kemudahan Berbelanja Online” https://CommercevsSocialCommerce_AduKemudahanBerbelanjaOnlineDailySocial.html Di akses pada tanggal 4 November 2021 Pukul 00.11 WIB

“Perkembangan Jumlah Pengguna Facebook Indonesia” <https://www.suara.com/tekno/2021/02/23/175736/jumlah-pengguna-facebook-indonesia-tembus-140-juta-di-2020> tahun 2020. Di akses pada tanggal 4 November Pukul 00.18 WIB

“Arti Logo Meta yang Gantikan Facebook dan Alasan Ganti Nama Baru - Berita DIY” <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/tekno/pr-702900614/arti-logo-meta-yang-gantikan-like-facebook-dan-alasan-ganti-nama-baru> Di akses pada tanggal 4 November 2021 Pukul 00:46 WIB

Indonesia Masuk Dalam Pengguna Facebook Terbanyak, Berdasarkan per2022” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/indonesia-masuk-daftar-pengguna-facebook-terbanyak-urutan-berapa> Diakses Pada tanggal 26 April 2022

“Tesis Hukum “Perlindungan Hukum <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> Di akses pada tanggal 5 november 2021 Pukul 05:24 WIB

Istilah Metaverse semakin populer diperbincangan berbagai belahan dunia” diakses dari https://m.liputan6.com/crypto/read/4883161/semakin-populer-apa-itu-metaverse?new_experience=art_insertion pada tanggal 7 Maret 2022

Erizka Permatasari, *“Ogah Bayar Pesanan Cash on Delivery (COD), Ini Hukumnya! - Klinik Hukumonline,”* www.HukumOnline.com, 2021, diakses pada 12 Maret 2022, pukul: 00.52 <https://www.hukumonline.com/klinik/a/ogah-bayar-pesanan-i-cash-on-delivery-i-cod-ini-hukumnya--lt60a78e8f5f1ca>

Facebook Rilis Marketplace untuk jual beli online <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/04/07360087/facebook.rilis.marketplace.untuk.jual.beli.online> Diakses Pada Tanggal 19 April 2022

Hukum Online *“Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-commerce”* diakses dari Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Belanja Online (<https://hukumonline.com>) pada tanggal 25 April 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat
NPM : 201810115205
Tempat, Tanggal, Lahir : Bekasi, 01 Januari 2000
Agama : Kristen Protestan
Email : sanmanosluciano11@gmail.com
Nomor HP : 0813-8346-97405
Alamat : Jln. Musholahh Raya Gg. Masjid AL-Ikmah No. 180
Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi.

Riwayat Pendidikan Formal

2006-2012 SDN Duren Jaya XI
2012-2015 SMPN 3 Kota Bekasi
2015-2018 SMAS PGRI 1 Kota Bekasi
2018-2022 Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Pengalaman Organisasi

- Anggota PMR SMPN 3 Kota Bekasi
- Pengurus OSIS SMAS PGRI 1 Bekasi, Periode 2016-2018
- Keyboardist SMAS PGRI 1 Bekasi.

Pengalaman Kerja

Magang Kerja Kementerian Kelautan Dan Perikanan PSDKP Divisi Penanganan
Pelanggaran (3 Bulan)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Sampai saat ini, *support system* terbaik dan paling setia hanyalah diri sendiri, semua di jalani sendiri, sehancur apapun keadaan yang menyemangati cuman diri sendiri".

"Until now, the best and most loyal support sytem is only myself, all on their own path, no matter how broken the situation is that only encourages yourself".

Persembahan

Karya tulis ilmiah ini kupersembahkan untuk:

- 1 Kedua orang tua saya, bapakku Rondo Hutabarat SH. dan mamaku tersayang Frida Elritana Siahaan yang sudah membesarkan saya dengan penuh pengorbanan serta senantiasa selalu memberikan dukungan kepada saya.
- 2 Adik Adik ku tercinta Steven Bona Ricky Hutabarat, Stanly Obama, Sophian Raphael Noel, dan Sandro Hutabarat, terimakasih sudah menjadi adik-adik yang sangat baik dan penuh perhatian.

Rekan-rekan saya yang sudah menemani perjalanan hidup saya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi di era ini terhitung sangat cepat, salah satunya adanya internet. Internet membawa dampak yang sangat besar bagi seluruh lapisan masyarakat dan berbagai aspek yang ada. Dengan internet hampir semua masyarakat melakukan transaksi jual beli. Hal ini membuat pengguna internet bertumbuh dengan pesat bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk bahkan menjadikan jasa jual beli melalui situs di internet.¹

Pada era globalisasi ini penggunaan media telekomunikasi dan teknologi informasi pada masa pandemi *covid-19* menempati kedudukan yang penting dalam memudahkan proses transaksi dalam dunia perdagangan. Menurut Jack Febrian mengatakan bahwa setiap perkembangan teknologi baik teknologi informasi dan telekomunikasi tentu mempunyai penerus generasi selanjutnya, dan perlu dengan adanya teknologi akan melahirkan peradaban zaman inovasi yang dinamakan kolaborasi. Setiap generasi yang akan datang tentu sangat diperlukan proses revolusi dengan menggunakan alat komunikasi yang dinamakan teknologi komputer atau melalui teknologi digital melalui *mobile* (Smartphone). Setiap inovasi memberikan terobosan dikenal dengan *Internetconnection Network Of Computer Nertworks* atau disebut jaringan internet dan komputer dalam skala global.²

Salah satunya yaitu jual beli melalui online sekarang ini (*Sosial E-commerce*). Menurut Debjano Nag dan Kamlesh K. Bajaj, *e-commerce* adalah suatu upaya pertukaran informasi dalam bidang usaha tanpa perlu memakai kertas, tetapi sebagai gantinya kegiatan ini menggunakan media seperti *Electronic Mail*, *Electronic*, *Electronic Data Interchange*, dan melalui jaringan internet lainnya.³

¹ Arsyad Sanusi. *Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*, Jurnal Hukum Bisnis, Th.29/No.1/2010, hlm. 5.

² Jack Febrian, *menggunakan Internet*, Bandung: Informatika, 2003, hlm. 3.

³ M.Arsyad Sanusi, *E- Commerce Hukum Dan Solusinya*, Bandung: PT mizan grafika sarana, 2002, hlm. 14-16.

Pada masa pandemi tentunya membuat suatu pergerakan dimensi yang baru dalam keadaan tak menentu yang dilakukan pemerintah menerapkan PSBB yang dilakukan oleh Menteri Kesehatan tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Sosial Berskala Besar sepanjang tahun 2020 dalam masa pandemi, *survey* menunjukkan adanya peningkatan dalam melakukan belanja *online*.⁴ Berdampak sangat signifikan akhirnya, dimana pada suatu titik memperkenalkan suatu sistem transaksi melalui secara dirumah saja dan mempersiapkan zaman serba *online* yang bernama *Electronic Commerce* atau dikenal oleh masyarakat yaitu *E-Commerce*. Kegiatan tersebut tentu berbuah manis pada masyarakat dan sangat mempermudah dalam segala aktifitas belanja *online* yang dilakukan oleh konsumen kalangan masyarakat.

Pengertian selanjutnya mengenai *E-Commerce* dipihak pelaku usaha dapat diartikan sebuah penuh semangat yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memperbaiki segi ekonomi terbenam akibat penurunan hasil pendapatan, pelaku usaha dengan penuh dinamis mengevaluasi secara cepat dengan mengikuti jaman era digital. Selanjutnya pengertian Pelaku usaha yang bekerjasama yang dinamakan *seller* melalui perantara untuk di dagangkan kembali, dan melakukan kerjasama dengan manufaktur atau perusahaan dengan terhubung secara mudah melalui jaringan internet *computer* atau melalui *mobile* smartphone yang ada dengan mudah untuk terkoneksi oleh pelaku usaha.

Adapun definisi *e-commerce* berdasarkan buku Bryan A. Garner terjemahan bebas didalam Bukunya Kamus Black's Law Dictionary Seventh Edition Platforms *E-Commerce* dapat dikonstruksikan sebagai berikut, *pertama*, efisien dalam transaksi jual beli barang dan jasa bahwa sangat mudah via internet dipergunakan melalui *online* dan sudah *tracking* melalui sistem. *Kedua*, efisiensi dalam bertransaksi yang digunakan pelaku usaha praktis dan mempermudah konsumen

⁴ Anam Bhatti, Hamza Akram, and Ahmed Usman Khan, "*E-Commerce Trends during COVID-19 Pandemic The Impact Of Social Media Mobile Advertising On Consumer Perception And Consumer Motivation By Considering Mediating Role As Brand Image And Brand Equity View Project M.Phil Business Administration View Project*," International Journal of Future Generation Communication & Networking, 13/No.2/2020, Malaysia, Universitas Utara Malaysia <https://www.researchgate.net/publication/342736799>

untuk menggunakan fitur yang telah disediakan oleh pelaku usaha dalam berbelanja.⁵

Pada tahun 2019, Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Dalam regulasi kebijakan Pemerintah Nomor 71 Tentang PSTE ini diatur mengenai transaksi elektronik salah satunya dapat dikatakan seperti kita ketahui pada masa pandemi covid-19 ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi sangat dibutuhkan masyarakat dan tentu menjadi tantangan baru yang dihadapkan oleh pemerintah dan masyarakat, tetapi akan terus dilakukan oleh Pemerintah Negara Republik Indonesia untuk membangun dan membuat pencapaian era teknologi ini semakin maju dan tidak tertinggal melalui zaman berikutnya.

Maka program yang sudah dibuat oleh pemerintah saat ini akan fokus mengikuti perkembangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara digital dengan menerapkan keamanan manusia dalam bentuk penegakan hukum baik masyarakat Indonesia ataupun kedaulatan negara atas informasi elektronik dan transaksi elektronik yang berlaku. Dalam pasal 1 ayat 1 di jelaskan bahwa struktur dan aturan sesuai dengan hukum yang berlaku mewujudkan sistem transaksi elektronik yang cepat dengan mempersiapkan, mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan dan menyebarkan informasi elektronik.⁶

Pengguna aplikasi khusus untuk perdagangan elektronik atau disebut *e-commerce* tentu sudah disiapkan untuk pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas dalam jual beli, Seperti contohnya dari aplikasi *Facebook* dan kini berganti nama menjadi Meta Platform dalam pengertiannya adalah sebuah situs platform yang dimana memberikan layanan jejaring sosial dimana para penggunanya bisa membagikan seperti video, foto, pengalaman pribadi, bisnis serta memberikan berkreasi didalam media sosial.

⁵ Bryan A Garner et.al (eds), *Black's Law Dictionary*, Seventh Edition, Saint Paul Minnesota: WestGroup, 1999, hlm. 530.

⁶ Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang *Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik* pasal 1 ayat 1

Tabel 1. 1

Perkembangan Sistem Pembangunan Teknologi Informasi Dan Komunikasi

Perkembangan sistem penjualan melalui media internet	
Tahun	Presentase
2019-2020	5,32%
2020-2021	5,59%

Sumber : Data Badan Pusat Statistik⁷

Tabel 1. 2

Perkembangan Sistem Penjualan Media Internet.

Perkembangan sistem penjualan melalui media internet	
Tahun	Presentase
2019-2020 ⁸	83%
2020-2021 ⁹	33,20%

Sumber: Data Pertumbuhan E-Commerce Indonesia

Facebook adalah salah satu sosial media yang sering digunakan dalam melangsungkan transaksi *online* di era globalisasi ini. Pada berkembangnya komunikasi dan telekomunikasi masyarakat menggunakan fitur seperti menuliskan obrolan dalam sebuah diskusi yang terdapat dua orang atau lebih, memperdagangkan produk bisnisnya yang bisa digunakan oleh setiap masyarakat, hingga akhirnya proses penjualan berjalan dengan mengikuti fitur pada penyedia aplikasi.¹⁰ Fitur-fitur didalam *facebook* berinovasi memberikan ruang untuk perdagangan didalam media sosial, seperti fitur *marketplace* yang dimana para

⁷Perkembangan Sistem Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi https://www.bps.go.id/pressrelease.html?katsubjek=14&Brs%5Btgl_rilis_ind%5D=11&Brs%5Btahun%5D=2019&yt0=Cari diakses pada 4 November 2021 Pukul 03.00 WIB

⁸Pertumbuhan e-commerce tahun 2019-2020 <https://faspay.co.id/2020/01/14/prediksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020/> diakses pada 4 November 2021 Pukul 05.13 WIB

⁹Pertumbuhan e-commerce tahun 2020-2021 <https://www.indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-e-commerce-semakin-gurih> diakses pada 5 November 2021 Pukul 19.00 WIB

¹⁰. A. A., & D. G, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam transaksi online melalui media facebook*, Jurnal kertha, 2021, hlm. 84-85.

pengguna dapat memposting produk, menawarkan produk serta memasang iklan produk-produk mereka untuk menjual produk dan jasa.¹¹

Facebook mempunyai kelebihan lainnya yaitu Dapat dikatakan bahwa penggunaan media elektronik sangat bermanfaat didalam keadaan pandemi sekarang mereka membuka dagangan melalui toko-toko *online* yang eksis dan memajukan dikalangan masyarakat Indonesia sebagai salah satu sarana untuk melakukan transaksi jual beli yang diinginkan. Atau *Product Awareness* merupakan langkah awal untuk membangun sebuah merek produk. Menurut Shimp sendiri¹² merupakan kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan, lebih jauh lagi, kesadaran merek adalah dimensi dasar dalam ekuitas merek. Namun dibalik segala kemudahan mempunyai dampak tersendiri didalam transaksi jual beli didalam media elektronik dan juga memberikan efek negatif yang dapat merugikan bagi pihak konsumen, diantaranya seperti produk yang dipesan tidak dikirim, tidak sesuai dengan barang yang dipesan ataupun masalah pada pihak penjual yang melakukan melawan hukum dan lain sebagainya.

Didalam permasalahan hukum terutama transaksi jual beli online tentunya Negara Indonesia merupakan negara hukum “*Rechtsstaat*” yang dimana sebelumnya tercantum dalam penjelesan Undang-Undang Dasar 1945, dirumuskan dengan tegas dalam Pasal 1 ayat (3) yang menyatakan, “Negara Indonesia adalah negara hukum” tersebut tentunya berlandaskan pada Undang-undang serta mempunyai landasan pokok pada negara hukum yaitu “*The Rule Of Law, Not Of Man*” yang dimana pemerintahan mempunyai landasan yaitu hukum harus ditegakan, bukan aturan dari manusia yang harus bertidak sebagai “*Squid game*” dari skenario sistem yang mengaturnya.¹³

¹¹ Mahir Pradana, *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, Jurnal Trunojoyo, Vol.9 No. 2/2015. <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>, diakses pada 5 November 2021 Pukul. 19.30 WIB.

¹² Auditya Herdana, “*Analisis Pengaruh Merek Brand awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance Studi Kasus Pada Pru Passion Agency Jakarta*”, Shim, T.A., 2010, hlm. 6.

¹³ Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 1 ayat (3) *expressive verbis* dijelaskan bahwa “Negara Indonesia adalah Negara Hukum”.

Masyarakat disebut konsumen saat menggunakan media internet untuk membeli suatu barang dan apabila dikaitkan dengan pengertian konsumen dalam pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen : “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”¹⁴

Masalah konsumen merupakan hal yang selalu hangat diperbincangan dikalangan masyarakat selalu aktual tentunya sangat menarik perhatian dikalangan masyarakat. Permasalahan konsumen selalu dipersoalkan dan tentunya tertuju untuk diperdebatkan. Didalam permasalahan tersebut tentunya mempunyai alasan dalam sebuah permasalahan. Salah satunya fakta sosial dikalangan konsumen bahwa adanya pelaku usaha dapat dikatakan buatan manusia yang tentu berkaitan dengan kesehatan seseorang, perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab pada nyatanya tidak terlepas dari unsur diluar kesehatan yang ada dan menjadi penyakit dikalangan masyarakat. Dalam permasalahan tersebut konsumen selalu berkaitan dengan isu konsumen yang dimana dilihat dari nilai-nilai keagamaan setiap manusia.¹⁵

Permasalahan konsumen selanjutnya dapat terjadi didalam setiap transaksi jual beli *online* terutama dalam pada masa pandemi *covid-19* yang dimana banyak sekali pihak penjual memanfaatkan untuk mengutungkan dan kurangnya perlindungan hukum kepada pembeli yang dimana berakibat kerugian terhadap konsumen dan berdampak perdebatan pada masyarakat yang “buta” akan hak-hak perlindungan konsumen yang baik. Keadaan ini turut memberikan perlindungan secara *fair* tidak bagi kalangan pelaku usaha untuk menciptakan kegiatan usaha yang bersih dan tidak merugikan oleh pihak konsumen.¹⁶

Peran penting hadirnya Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan yaitu dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Dalam Peraturan Pemerintah

¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 dan 2.

¹⁵ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dalam Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005, hlm. 1.

¹⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Nomor 71 Tentang PSTE ini diatur pada pasal 5 ayat 1 dijelaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan dan serta mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama sama kepada pengguna untuk keperluan dirinya atau keperluan pihak lain dan memastikan sistemnya berjalan dengan baik tidak ada penyebarluasan informasi elektronik atau dokumen terkait sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁷

Ketidakmampuan yang dihadapi konsumen dalam menghadapi oleh pelaku usaha sangat dilihat jelas melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan merugikan oleh pihak konsumen (masyarakat). Dalam fakta-fakta didalam lingkungan sosial tentunya harus mendapatkan atensi oleh Pemerintah agar tidak terjadi lagi didalam masyarakat dirugikan oleh pihak penjual supaya birokrasi pemerintahan tepat mengedepankan pertanggung jawaban oleh pihak penjual dengan didasarkan dengan etika dan moral serta adanya etikad baik dari pelaku usaha yang berlaku didalam negara hukum Indonesia¹⁸

Contoh kasus 1

Transaksi jual beli online dialami seorang bernama Dewi Yulianti Hutabarat sebagai pembeli melakukan proses pembeli melalui *marketplace facebook*. Singkat cerita Dewi sedang melakukan transaksi jual beli sebuah jam tangan yang sedang dicari oleh Dewi, Dewi pun menghubungi pihak penjual diakun *marketplace* penjual tersebut. Dikarenakan jam tersebut mewah dan sedang promo dari harga 500.000 ribu diskon menjadi 350.000 ribu rupiah dengan melakukan pembayaran melalui COD (*cash on delivery*). Setelah barang tersebut tiba dirumahnya dengan proses COD Dewi merasa ragu untuk membayarnya dengan ketentuan kondisi barangnya tidak berat tetapi ringan seperti jam pada umunya dengan harga 30.000 rupiah. Dalam proses pembayaran barang tersebut, dari pihak kurir membant Dewi untuk melidungi haknya dalam transaksi jual beli *online*, pihak kurir pun sudah sering menghadapi sangkut-paut dengan pihak penjual di *marketplace facebook*,

¹⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik pasal 5 ayat 1

¹⁸ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2001, hlm. 1

setelah dibantu oleh pihak kurir ternyata benar tidak sesuai dengan barang yang di foto iklan yang pihak penjual *upload* serta harganya tidak mendukung dengan barang yang diterima.¹⁹

Contoh Kasus 2

Terdapat beberapa kasus yang marak terjadi terkait dengan penggunaan sistem pembayaran *COD* yang justru menimbulkan kerugian pada pihak pembeli dikarenakan barang yang sampai tidak sesuai dan penyedia jasa ekspedisi pihak kurir yang mengantarkan pesanan menjadi pihak yang disalahkan oleh pembeli atas tidak sesuainya gambar yang diperlihatkan pada situs *E-Commerce* atau terkait produk yang dipesan tidak sesuai dengan yang datang (seperti ukuran, warna, beda produk). Melalui laman Kompas.com pada awal Mei 2021, pembeli yang melakukan protes kepada kurir yang mengantar dan mengatakan tidak ingin membayar dikarenakan saat barang yang telah dibuka tidak sesuai dengan yang telah dipesan. Dikarenakan pihak kurir tidak terima atas penolakan terhadap pembeli dan merasa bahwa dia hanya ditugaskan untuk mengantarkan dan menerima uang atas pesanan tersebut. Hal serupa juga terjadi pada bulan Juni 2021, Menurut berita yang viral di media sosial, terdapat video yang beredar di media sosial instagram @lambe_turah, terlihat perempuan pada saat itu ada memakai berbaju kuning berkali-kali mengeluarkan kata-kata kasar kepada kurir bahwa paket barang yang diterima tidak sesuai. Ketidaksesuaian terkait barang yang dipesan dari pihak penjual, maupun dari pihak pembeli yang menolak melakukan pembayaran dan pembatalan secara sepihak atas pemesanan akan menimbulkan kerugian bagi pihak penjual dan pembeli, serta kurir sebagai jasa pendukung atas sistem pembayaran *COD*. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan terdapat permasalahan mengenai pelaksanaan perjanjian jual beli online dengan menggunakan media *E-Commerce* yaitu penerapan asas-asas hukum yang melekat dalam pelaksanaan perjanjian, serta hak dan kewajiban bagi para pihak dalam perjanjian tersebut dan penyelesaian

¹⁹ Data ini diperoleh melalui serangkaian hasil wawancara dengan Dewi, Selaku Pembeli, Pada Tanggal 10 November 2021

sengketa akibat tidak terpenuhinya prestasi yang mengakibatkan masing-masing pihak merasa dirugikan.²⁰

Contoh Kasus 3

Kasus selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khadafi melakukan penelitian yang dimana dalam proses transaksi tentunya akan mendapatkan nomor resi Setelah deal melakukan transaksinya, dalam keterangannya bahwa pihak penjual memberikan nomer resi untuk melakukan proses pengecekan. Tentu proses seperti ini memberikan ruang ketenangan kepada konsumen mempercayakan seluruh kepada pihak penjual, karena dengan adanya nomor resi tercantum mengurangi resiko untuk tidak menipu. Dalam hasil penelitian Muhammad Khadafi bahwa barang tidak kunjung tiba, setelah dicek di website ternyata resi invalid atau mungkin barang datang hanya saja sangat jauh berbeda atau tidak sesuai. Selanjutnya Muhammad Khadafi melakukan penelitian terhadap narasumber lainnya yaitu bernama Intan bekerja sebagai wedding singer Jakarta melakukan pembelian baju dress yang akan digunakan ketika bekerja sebagai wedding singer. Mengingat instagram menjadi sosial media yang juga dimanfaatkan sebagai online shop dengan banyak pilihan, Intan memilih baju dress yang terdapat di instagram dengan nama @RauffaApparel. Setelah menentukan pilihannya dan melakukan transaksi pembayaran dengan total nominal Rp.1.000.000 rupiah. Intan menunggu barang yang dia beli di instagram dan setelah barang sampai ternyata tidak sesuai harapan. Baju dres yang dipilih intan di instagram tidak sesuai dengan kondisi fisik baju dress yang dia dapatkan baik dari segi warna maupun bahan yang dijanjikan. Hal ini salah satu kasus yang sering terjadi dalam transaksi *e-commerce*, produsen melakukan penipuan dengan menggunakan foto-foto palsu untuk menarik perhatian konsumen sedangkan barang yang dijanjikan tidak sesuai perjanjian baik dari segi bahan, ukuran maupun warna.²¹

²⁰ Afida Ainur, *Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran COD Pada Media E Commerce*. Jurnal Bina Mulia Hukum, 2022, hlm. 163.

²¹ Muhammad Khadafi, *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi E-commerce*, Skripsi, UIN, Jakarta, 2016, hlm. 61-62.

Pada dasarnya, pelanggaran praktik transaksi jual beli *online* kerap sekali melakukan monopoli produk atau dan tidak adanya perlindungan terhadap konsumen seperti telah dipaparkan diatas hirarki konsumen sangat terendah dalam menghadapi serta tidak terlindungi dalam perlindungan konsumen oleh para pelaku usaha, yang dimana tidak ada alternatif yang dapat diambil oleh pihak konsumen telah menjadi suatu “rahasia umum” dalam dunia jual beli transaksi *online* di media sosial.²²

Peristiwa diatas yang telah dilakukan penelitian, bahwa dalam permasalahan hukum didalam transaksi jual beli *online* di *e-commerce* cukup marak terjadi tidak hanya Dewi tetapi dikalangan masyarakat Indonesia pun menjadi suatu masalah didalam dunia jual beli *online*. Hanya saja tidak terekspos oleh media ataupun tidak terdata seperti inilah masyarakat Indonesia ketidaktahuan tentang bagaimana langkah-langkah hukum yang harus dilakukan setelah terjadi penipuan dan bagaimana prosedur dalam mengadukannya. Sehingga kecenderungan masyarakat hanya membiarkannya saja.

Sebuah peradaban dengan mengkolaborasi jaman digital tetapi perlu banyak di evaluasi dengan serius jika tidak ingin “mendapatkan masalah dan mencoba perbaiki sistem jual beli online” dikarenakan kurangnya perlindungan hukum dalam transaksi jual beli *online* yang merugikan konsumen, ketidaksiapan serta mengantisipasi Negara Indonesia dalam berbagai aspek yang dimana dilihat dari aspek hukum yaitu Merujuk pada pasal 1320 KUHP Perdata yang dimana sangat jelas bahwa didalam permasalahan hukun yang bersifat kekosongan hukum dalam jual beli *online* apabila tidak dipenuhi, maka transaksi tersebut dapat dibatalkan oleh pihak yang berkepentingan.²³

Berdasarkan pedoman pada undang-undang Nomor. 8 Tentang Perlindungan Konsumen maka masyarakat sebagai pembeli disebut sebagai konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum dari setiap pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* yang berakibat merugikan konsumen melalui media elektronik yang dimaksud sesuai dengan pada pasal 1 Angka 1 Undang-undang Perlindungan

²² *Ibid.*, hlm. 4

²³ KUHPerdata dan UNICTRAL, *Model Law On Electronic Commerce*, Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul Vol. 7, Desember 2011, hlm. 182-194.

Konsumen dijelaskan bahwa segala persoalan yang menjadi konflik dikalangan masyarakat adanya bentuk jaminan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.²⁴

Dalam Pasal 4 Huruf C Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa hak setiap konsumen mempertimbangkan sesuai dengan pedoman Undang-undang yang berlaku yaitu hak atas informasi yang valid, jujur dengan membuktikan dalilnya mengenai kondisi yang terjadi mengenai produk jaminan barang dan atau jasa.²⁵

Transaksi jual beli *online* permasalahan hukum sangat muncul dengan kondisi jarak antara penjual dan pembeli yang sangat relatif jauh bahkan ada didalam yurisdiksi hukum yang berbeda, bahwa dapat disimpulkan kalangan masyarakat dalam transaksi jual beli *online* tidak mengetahui lokasi penjual, tidak bisa memperjuangkan hak sebagai konsumen yang ingin mendapatkan kompensasi serta ganti rugi karena antara berbeda negara.

Permasalahan hukum kembali terjadi pada transaksi jual beli *online* setelah barang yang diterima oleh pihak pembeli, adanya unsur melanggar perbuatan hukum seperti merugikan pihak konsumen yang penjual beralih bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah diunggah melalui media elektronik dan adanya unsur penipuan. Karena sudah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak dari konsumen, sehingga konsumen dalam menjalankan transaksi *online* akan mendapatkan hak-haknya dan tidak dapat kerugian yang dikarenakan pelaku usaha yang berbuat tidak baik.

Kegiatan jual beli dalam transaksi elektronik diwajibkan memiliki kekuatan hokum seperti dalam kontrak konvensional.²⁶ Kontrak yang dimaksud seperti dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 17 UU ITE adalah kontrak elektronik yang merupakan perjanjian yang disusun oleh para pihak melalui sistem elektronik. Dalam transaksi terdapat ranah privat ataupun publik yang wajib menggunakan

²⁴ *Beberapa Aspek Hukum Terkait Dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen* pada Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

²⁵ *Ibid*, Pasal 4 Huruf C

²⁶ Ivana Kirty Lea Rantung, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Internet e-commerce* menurut Undang-undang Nomor. 11 Tahun 2008”, *Lex et Societatis*, Vol. 5, Agustus 2017, hlm. 89.

itikad baik dalam interaksi atau melakukan pertukaran informasi elektronik atau dokumen yang mendukung selama terjadinya transaksi, selanjutnya ketentuan berkaitan dengan penyelenggaraan transaksi elektronik diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Itikad baik memiliki nilai yang sangat tinggi dan wajib dalam kontrak elektronik dan tidak dapat dipisahkan dari asas itikad dari asas itikad baik tertuang dalam ketentuan pasal 1338 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata atau disebut KUHPerdata, menyebutkan bahwa “Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Secara tegas asas ini mewajibkan para pihak dalam membuat perjanjian yang berlandaskan pada itikad baik dan kepatutan yang memiliki pengertian pembuatan perjanjian antara para pihak harus didasarkan pada nilai kejujuran untuk mencapai suatu tujuan bersama dalam kehidupan bermasyarakat.”²⁷

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian hukum dalam permasalahan jual beli *online* yang berjudul **“PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENUNTUT KERUGIAN DALAM BELANJA ONLINE DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam ketertarikan penulis dalam pembahasan pada latar belakang diatas mengenai perlindungan terhadap konsumen yang menjadi konflik perselisihan antara penjual, dirasakan lemahnya sistem hukum dan penulis tentu adanya gesekan ketidaksesuaian dan kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam barang tidak sesuai dan adanya unsur penipuan, hal ini bertentangan dengan pasal 4, pasal 7 dan pasal 10 dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 10 dikatakan valid bahwa pelaku usaha dilarang untuk mengiklankan, mempromosikan, menawarkan barang atau jasa yang membuat pernyataan yang tidak benar. Penulis ingin mengetahui lebih pasti sejauh mana Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999

²⁷ Ery Agus Priyono, “*Peranan Asas, Itikad Baik Dan Kontrak Baku Upaya Menjaga Keseimbangan bagi para pihak*”, Diponegoro Private Law Review, Vol. 1, November 2017, hlm. 18.

Tentang Perlindungan Konsumen memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang merasa dirugikan dalam kasus Berbelanja Online yang dilakukan oleh pelaku usaha.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas di penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum yang dilakukan konsumen yang dirugikan dalam transaksi online melalui media *facebook*?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian dari rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam jual beli secara *online*.
2. Untuk mengetahui pertanggungjawaban penjual terhadap kerugian konsumen dalam transaksi jual beli *online* berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999.

1.4.2. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menambah wawasan yang lebih luas dalam bidang Hukum Perlindungan Konsumen dan memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang buta atas hak-haknya yang baik.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan segala hukum terhadap kasus jual beli *online* melalui media elektronik.
2. Manfaat praktis

- a. Memberikan kontribusi pemikiran dan pengetahuan serta wawasan bagi orang tua, masyarakat serta pemerintah dalam hal upaya pencegahan serta kekosongan hukum dalam permasalahan jaman digital
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perlindungan hukum khususnya kepada pihak konsumen untuk mencegah tidak terjadi lagi konsumen merasa dirugikan.

1.5. Kerangka Teoritis, Konseptual dan Pemikiran

1.5.1. Kerangka teoritis

Dalam kerangka teori hukum bertujuan untuk mengimplementasikan hasil-hasil penelitian dan menghubungkan dengan hasil-hasil terdahulu²⁸. Adapun teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan penerapan keamanan manusia serta memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Muktie Berpendapat, dan A.Fadjar mengatakan perlindungan hukum adalah secara sempit, yang dimana arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja terdiri dari suatu keadilan, kepastian, dan kedamaian²⁹. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subjek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.

2. Teori Perlindungan Konsumen

Pada 16 April Tahun 1985 Majelis Umum PBB berpendapat yang dimana dibahas tentang perlindungan konsumen mempunyai arti hak-hak yang diberikan kepada konsumen, hak dasar itu terdapat mengenai informasi yang jujur, benar,

²⁸ Burhan Ashsofa, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke II, Jakarta: Rineka Cipta, 1998, hlm. 12.

²⁹ Tesis Hukum “Perlindungan Hukum” diakses dari <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> pada tanggal 13 november 2021.

jelas dan tentu mendapatkan jaminan atas keamanan kepada masyarakat. Dalam pengertian hak konsumen mempunyai hak atas memilih, untuk mengungkapkan rasa tidak puas serta mendapatkan ganti rugi yang telah dilanggar dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tetapi kenyataannya, konflik transaksi jual beli online melalui media sosial kerap sekali menjadi korban, oleh sebab itu kurangnya kehadiran Pemerintah dan gagalnya sistem perlindungan terhadap korban konsumen yang dirugikan dan pengatur kegiatan produsen. Sebab itu, pemerintah belum mampu menjadi pengatur relasi yang adil antara konsumen dengan produsen. Seharusnya Pemerintah mampu mewujudkan keadilan melalui peraturan-peraturan dibawahnya agar tercipta serta memastikan tegaknya peraturan tersebut.

Dengan demikian, konsep hukum perlindungan konsumen tidak hanya mengacu pada tentang hak dan kewajiban kepentingan konsumen, tetapi juga hak serta kepentingan pihak produsen yang berimbang secara adil dan tidak diskriminatif

Kelemahan konsumen semakin terasa nyata dengan meningkatkan teknologi informasi serta adanya situasi dalam pandemi *covid-19* ini masyarakat menggunakan aplikasi belanja online dengan mudah, kondisi semacam itu, konsumen bingung untuk menentukan pilihan melihat secara tidak langsung keadaan produk yang akan dibeli. Kondisi demikian jelas merupakan factor-faktor yang tentu memperlemah para konsumen, oleh karena itu pelaku usaha secara tidak wajar dapat memanfaatkan peluang untuk merugikan pihak konsumen.

Ilmu konsumen terdapat teori hukum bahwa kedudukan produsen dan konsumen posisi seimbang. Hak konsumen dilindungi dan hak produsen dilindungi tidak perlu proteksi keduanya. Dalam keadaan seimbang tentu menentukan pilihan transaksinya, asas konsumen *let be buyer beware* harus bersikap hati-hati setiap transaksi jual beli produk yang dibutukannya pihak penjual.

Faktanya dalam transaksi jual beli melalui media sosial kerap terjadi di masyarakat disebabkan ketidakterbukaan oleh *produsen* mengenai keadaan produk yang ditawarkannya, secara umum tidak adil jika konsumen yang dipersalahkan dan kehilangan hak untuk menuntut pertanggungjawaban produsen.

Fakta selanjutnya bahwa berkembang teori menghasilkan kedudukan produsen selalu harus memiliki kehati-hatian dalam memproduksi barang dan jasa yang telah dibuat, maka kewajiban tersebut harus memiliki dasar yang paling utama ditanamkan dalam pihak produsen. Prinsip tanggung jawab itulah Produsen harus mampu mengetahui sifat atau keadaan barangnya, mulai dari proses produksi hingga sampai proses dipasarkan. Oleh sebab itu tanggung jawab yang diberikan sangat berat dan memiliki rasa tanggung jawab besar, jika tidak pihak produsen yang harus menanggung segala bentuk kesalahan yang jika terjadi suatu konflik di masyarakat dalam transaksi yang merugikan konsumen

Selama produsen berhati-hati dalam melakukan transaksi, mereka tidak akan menghasilkan produk yang merugikan konsumen. Dalam teori hukum bilamana produsen telah memperhatikan aturan yang berlaku dalam prinsip kehati-hatian, maka tidak akan dimintakan pertanggungjawaban atas produk yang cacat.

Artinya pihak konsumen yang dirugikan karena cacat suatu produk dapat melakukan haknya dengan menuntut pertanggungjawaban kepada pihak produsen tanpa lebih dulu membuktikan ada tidaknya suatu kesalahan pada produsen. Hal ini didasarkan kepada prinsip strict liability, dimana produsen seketika itu juga bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa mempersoalkan kesalahan dari pihak produsen.

Dari kenyataan inilah banyak aspek hukum berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai upaya pemberdayaan para konsumen. Hak-hak konsumen diupayakan secara optimal, dipermudah aksesnya untuk mendapatkan perlindungan hukum melalui ganti rugi dan sejumlah tuntutan yang menyangkut pada kepentingan konsumen.

1.5.2. Kerangka konseptual

Dalam kerangka konseptual, penulis memberi batasan mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menggambarkan konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dari arti-arti yang berkaitan dengan konsep. Adapun konsep tersebut yaitu:

- 1) Perlindungan konsumen adalah keamanan manusia dalam membentuk pertahanan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada pihak konsumen.³⁰
- 2) Konsumen adalah masyarakat yang menggunakan barang dan/atau jasa yang telah disediakan kepada masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³¹
- 3) Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang dibangun serta berkedudukan dan/atau melakukan kegiatan dalam zona wilayah hukum Indonesia, baik perorangan maupun melalui bersama-sama³² tentunya memiliki produk hukum dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan melihat aspek melayani konsumen memberikan jaminan yang diperdagangkan.³³
- 4) Jual beli adalah suatu wadah komunikasi yang terhubung dengan lainnya untuk melakukan transaksi tukar menukar, jual beli yang mempunyai nilai nilai terkandung pada aturan hukum kepada salah satu pihak menjual dan pihak lain bertransaksi untuk membelinya sesuai dengan kesepakatan atau/ perjanjian.
- 5) Risiko dalam perjanjian dalam teori hukum dikenal suatu paham yang disebut dengan *resicoleer* (paham tentang resiko), yang berarti setiap individu berkewajiban untuk memikul kerugian jika ada sesuatu kejadian diluar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang menjadi objek perjanjian. Paha ini timbul apabila terdapat keadaan memaksa (*overmatch*).

Pengertian risiko selalu dikaitkan dengan adanya *overmacht*, sehingga seharusnya ada kejelasan tentang kedudukan antara kedua belah pihak, yang

³⁰ Pasal 1 butir 1 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³¹ *Ibid*, pasal 1 butir 2

³² *Ibid*, pasal 1 butir 3

³³ *Ibid*, pasal 1 butir 7

dimana pihak pertama harus bertanggung gugat dan pihak kedua harus menanggung risiko atas kejadian-kejadian dalam keadaan memaksa³⁴

Perjanjian yang digunakan penelitian ini adalah perjanjian R. Subekti mengatakan, hal risiko dalam pandangannya adalah “ hal kewajiban tentu sangat berat untuk dilakukan seseorang, karena membahas tentang tumpuan amanah, tanggung jawab dan tentu memikul kerugian yang disebabkan karena kejadian diluar kesalahan salah satu pihak”, sedangkan menurut Sri Redjeki Hariono berpendapat, “tentu hal risiko suatu bentuk dimana setiap satu pihak tidak mau mengalami kerugian dan melakukan kesalahan, fakta dilapangan bahwa bentuk tersebut adalah ketidak pastian dalam waktu yang dimasa yang akan datang dalam hal risiko mengenai kerugian yang dialami setiap pihak.”³⁵

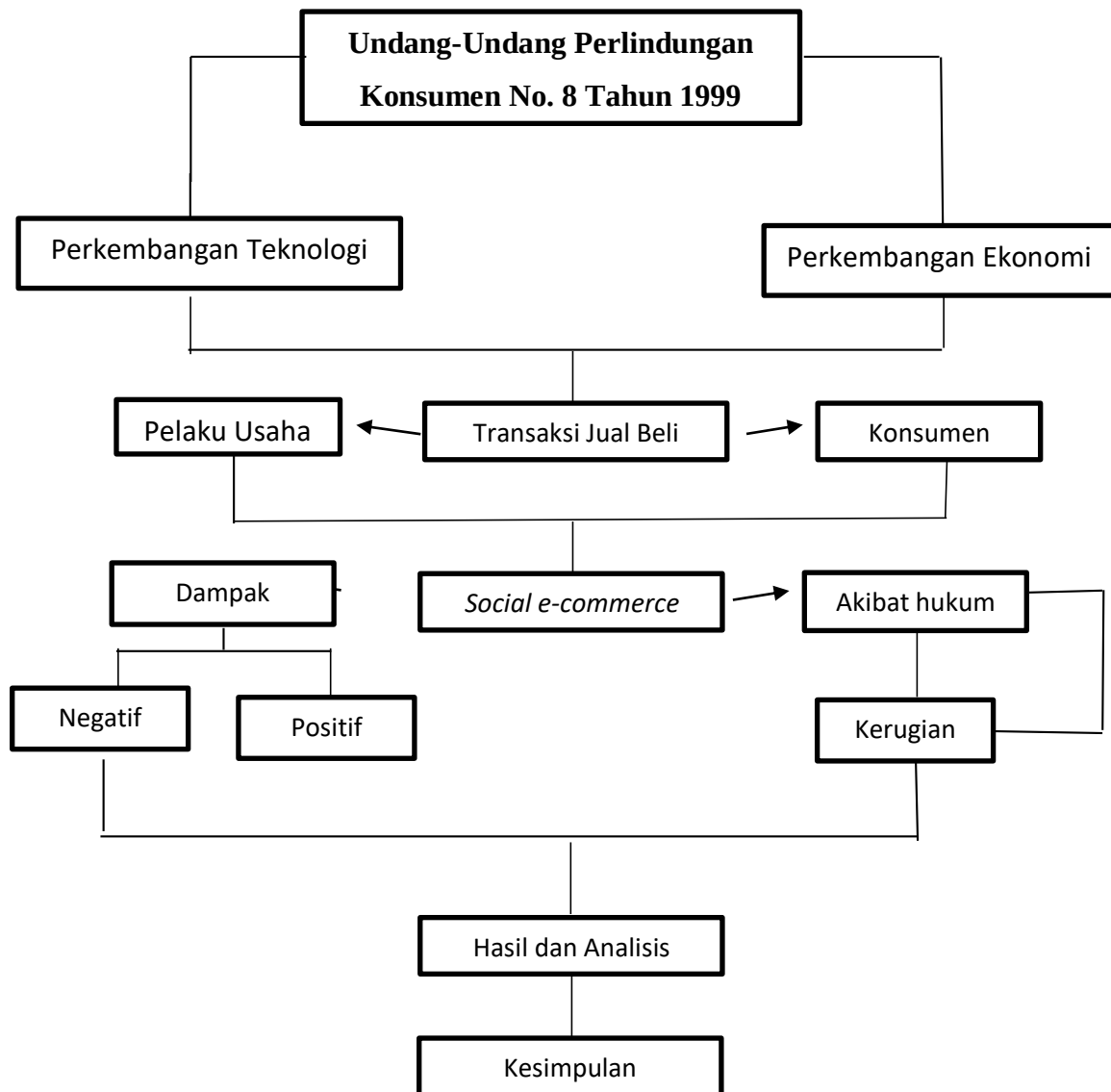
- 6) Sosial Media Facebook adalah suatu social media yang memiliki fitur-fitur pada aplikasi yang bisa digunakan oleh masyarakat berkomunikasi dengan pengguna lainnya baik jarak dekat ataupun jarak jauh. Seperti kita ketahui masa pandemi *virus covid-19* masih genting melakukan *protokol kesehatan*, dengan adanya wabah *virus covid-19* ini setiap aktifitas masyarakat menggunakan media komunikasi mulai dari pendidikan, bisnis dan entertainment³⁶. *Media social facebook* ini memang sudah tidak bisa diragukan akan populernya didunia pada era digital yang terus berkembang. Meskipun begitu, ternyata banyak orang yang tidak mengetahui perubahan serta logo terbaru dari *facebook* yaitu menjadi “*Meta*” meskipun telah berganti nama serta logo produk dari media social *facebook* masih bisa digunakan oleh kalangan masyarakat dalam transaksi Jual Beli.

³⁴ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, hlm. 13.

³⁵ R. Subekti, *Aspek-aspek Hukum Perikatan Nasional*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1988, hlm. 59.

³⁶ Mayasari Sasmito, *Pemanfaatan Media Sosial Online*, 2015, Jurnal: Banyumas, hlm. 21.

1.5.3. Kerangka pemikiran



1.6. Sistematika Penulisan

Guna memperoleh pemahaman terhadap skripsi ini secara keseluruhan, maka disajikan penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Dalam pendahuluan dijelaskan pendahuluan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis antara lain mengenai latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis, kerangka konseptual, kerangka pemikiran, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas mengenai pengantar dalam memahami pengertian-pengertian umum tentang pokok-pokok bahasan yang merupakan tinjauan yang bersifat teoritis.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini berisi gambaran rancangan penelitian yang meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber bahan hukum, metode pengumpulan bahan hukum, serta metode analisis bahan hukum yang telah dikumpulkan dan dikaitkan dengan cara berpikir penulis guna mendapatkan pemecahan masalah.

Bab IV: Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan dilakukan pembahasan dengan menghubungkan fakta-fakta atau data yang satu dengan yang lainnya, yang diperoleh dari hasil penelitian. Data tersebut kemudian dianalisis secara sistematis, terperinci dan kritis sesuai dengan metode pendekatan, dan kerangka teori yang digunakan untuk menganalisis masalah tersebut.

Bab V: Hasil Penutup

Pada bab ini mengurai hasil simpulan dan saran penulis. Simpulan menjelaskan secara singkat hasil penting yang diperoleh dan penginterpretasiannya sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Sedangkan saran merupakan sumbangan pemikiran penulis atau peneliti berupa rekomendasi yang diambil dari hasil pembahasan dan analisis rumusan masalah serta kesimpulan dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Perlindungan Hukum

Seiring perkembangan zaman, teknologi dan globalisasi pun pada akhirnya mendorong tantangan baru bagi pergerakan para pelaku usaha. Sesungguhnya faktor hukum dalam konteks Regionalisme yang dimana suatu keterkaitan antara faktor kebijakan membentuk kebijakan ekonomi yang ada pada suatu negara dengan negara lain yang mampu mendominasi pasar yang cukup sulit dalam tantangan globalisasi.¹

Seperti ketahui dalam kegiatan jual dan beli dalam masa *pandemic covid-19* sangat bermanfaat bagi setiap masyarakat yang beralih menggunakan teknologi canggih yang dinamakan *Metaverse Crypto* bagian dari internet yang dibuat semirip mungkin dengan dunia nyata dalam dunia internet tahap kedua.² Disisi lain pentingnya *Cyberspace* dalam sebuah ruang maya atau dikenal sekarang era elektronik yang dimana sebuah masyarakat beralih menggunakan teknologi canggih secara virtual yang berbentuk melalui komunikasi yang terjalin dalam sebuah platforms atau dapat disebut dengan *cyberspace*.³

Perkembangan teknologi membawa dampak cukup besar dalam perlindungan hukum perdata dan disusul dengan adanya *cyber law*. Dapat dikatakan bahwa kita melihat kejadian diruang maya penawaran perdagangan melalui sistem online hampir seluruh ruang gerak dunia maya karena adanya faktor kepentingan ekonomi masyarakat Indonesia yang memang tidak dapat dihindari berkembang pesatnya perdagangan dengan melakukan secara *online*. Hal ini tentu menjadi atensi kita semua, karena sistem konvensional menjadi sebuah urgensi dan menimbulkan tantangan baik secara teknologi,

¹ Gibbs, Jennifer et al, "*Environment and Policy Factors Shaping Global E-Commerce Diffusion: A Cross-Country Comparison*", dalam *The Information Society: An International Journal*, Vol. 19(1), 2003, hlm. 5-18

²"Istilah *Metaverse* semakin populer diperbincangan berbagai belahan dunia" diakses dari https://m.liputan6.com/crypto/read/4883161/semakin-populer-apa-itu-metaverse?new_experience=art_insertion pada tanggal 7 Maret 2022

³ Nudirman Murnir, *Pengantar Hukum Siber Indonesia*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017, hlm. 19.

globalisasi, ekonomi yang dimana menjadi tantangan baru yang harus dihadapi baik pemerintah dan masyarakat itu sendiri.

Seperti kita ketahui bahwa modernisasi dengan adanya Perkembangan teknologi dibuat maka tidak dapat dihindari baik segala aktifitas masyarakat Pihak Penjual melakukan penjualan melalui *online* atau Masyarakat tunduk pada aturan hukum yang berlaku mengaturnya dengan sistem online, tetapi faktanya sistem *online* belum regulasi dilapangan sehingga sulit dan menimbulkan perdebatan, sudah tidak bisa ditunda lagi. Hal ini disebabkan rasa ketidakadilan dan tentu harus tercipta didalam sistem hukum yang berlaku karena hal ini tentu saja mempengaruhi kepentingan ekonomi selain kepentingan hukum.⁴

Dalam bentuk perlindungan hukum terhadap masyarakat mempunyai banyak dimensi salah satunya yaitu perlindungan hukum. Adanya gesekan antara kepentingan individu (Masyarakat) dengan melakukan meminimalan sesuai dengan kehadiran hukum dalam masyarakat. Dalam Perlindungan hukum dikalangan masyarakat sangat terekpos, tentunya negara Indonesia merupakan negara hukum "*Rechtsstaat*" yang tercantum dalam penjelasan Undang-Undang Dasar 1945, Dirumuskan dengan tegas dalam pasal 1 ayat (3) yang menyatakan, bahwa " Negara Indonesia adalah negara hukum" dan mempunyai prinsip dan mempunyai landasan hukum harus ditegakan, bukan sebagai orang perorang yang harus bertindak sebagai "*Squid Game*" dari sistem mengaturnya.⁵ Terdapat beberapa pendapat para sarjana mengenai perlindungan hukum, antara lain :

- a) Philipus M. Hadjon Berpendapat bahwa, perlindungan hukum yaitu sebagai presisi memberikan bentuk tindakan ketelitian dalam melindungi kepada subjek hukum melalui perangkat-perangkat hukum yang ada. Bila dilihat dari pengertian perlindungan hukum diatas, maka dapat diketahui unsur-unsur dari perlindungan hukum, yaitu : Subjek yang melindungi, obyek yang akan dilindungi alat, instrument maupun upaya yang digunakan untuk tercapainya perlindungan tersebut.⁶

⁴ *Ibid.*, hlm. 20.

⁵ Merujuk pasal 1 ayat (3) *Undang-Undang Dasar Republik Indonesia* *expressive verbis* dijelaskan bahwa "Negara Indonesia adalah Negara Hukum"

⁶ Philipus M. Hadjon, dkk, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011, hlm.10.

b) Menurut Mustari berpendapat bahwa Dalam Pengertian jujur merupakan suatu tingkah laku masyarakat didasarkan sejak dini dalam mengupayakan menjadi dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam kehidupan sehari-hari dalam kehidupan keluarga, pekerjaan yang disertai dengan perbuatan dan tingkah laku seseorang terhadap dirinya maupun pihak lain. Jujur merupakan suatu karakter moral yang mempunyai sifat-sifat positif dan mulia seperti integritas tinggi, penuh kesabaran, dan lurus sekaligus tidak berbohong, curang, ataupun menguntungkan diri sendiri. Sebab itu karakter kejujuran ini dapat dilihat secara langsung dalam kehidupan masyarakat yaitu Asas Itikad Baik (*Goede Trouw*).⁷

Dari beberapa pengertian mengenai perlindungan hukum diatas, dapat disimpulkan bahwa akurasi menunjukan hasil perlindungan hukum sebagai pondasi hukum sebagai suatu sistem untuk melindungi kepentingan individu atas kedudukannya sebagai masyarakat dan langkah yang presisi mempunyai hak untuk menikmati martabatnya, dengan memberikan kewenangan padanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.

Menurut pasal 1 angka 1 UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa “Perlindungan Konsumen adalah “segala upaya yang menjamin hak-hak setiap orang dan adanya jaminan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen” Kalimat yang menyatakan “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian Hukum.”⁸

a. Perlindungan Hukum Dari sisi Pelaku Usaha

Secara umum bahwa perlindungan pelaku usaha harus taat pada aturan dan melakukan kewajibannya dalam melakukan segala bentuk usaha. Kewajiban dilakukan oleh pelaku usaha mencatumkan segala bentuk informasi yang ada dari segi website resmi dan platform yang mendukung dalam melakukan transaksi jual beli online secara digital. Fakta sosial yang terjadi informasi tersebut seperti nomor telepon baik pribadi atau

⁷ Mustari, M., & Rahman, M. T. 2011. *Nilai Karakter: Refleksi untuk Pendidikan Karakter* (Vol. 1). Laksbang Pressindo. <http://digilib.uinsgd.ac.id/15114/> diakses pada tanggal 17 maret 2022

⁸ Nosenius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004, hlm.131

perusahaan, alamat email saja masih kurang efektif dari identitas oleh pelaku usaha karena mengingat pelaku usaha merahasiakan data pribadinya dari sebagiannya.

Diharapkan dengan adanya kejujuran pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sebagai wujud perlindungan terhadap konsumen dapat menjamin presisi dalam kepastian hukum aman dan nyaman dalam komunikasi bagi konsumen yang bertransaksi, dan kegiatan bisnis antara konsumen dengan pelaku usaha mendapatkan keuntungan yang berkepanjangan karena konsumen mempercayai yang dijual atau diproduksi oleh pelaku usaha sesuai pada prinsip-prinsip yang telah ditetapkan pada UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku.

Setiap pelaku usaha tentu mencari keuntungan harus memperhatikan aspek ekonomi dan kebijakan pada kaidah-kaidah hukum yang berlaku sebagai norma/aturan dalam menjalankan usaha, sehingga seorang pelaku usaha yang berpegang teguh kepada hukum transaksi jual beli secara *online*, maka pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga akan mendukung dan menguntungkan pihak konsumen karena pelaku ini menyadari bahwa dirinya mempunyai posisi dominan dibandingkan konsumen.⁹

Pelaku usaha tidak melakukan penimbunan barang yang dimaksud untuk mendapatkan keuntungan yang besar yaitu ketika globalisasi menjadi berubah dan langka dipasar, permintaan menaik maka seorang otomatis harga menjadi tinggi, sehingga pelaku usaha dapat mengambil keuntungan yang lebih banyak didapatkan¹⁰

b. Perlindungan Hukum dari sisi Konsumen

Perlindungan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat urgensi bagi setiap masyarakat dikalangan manapun, sehingga mengasilkkan hal ini tentu akan diatur disetiap Negara begitupula dengan Indonesia. Masyarakat sebagai konsumen ini diatur didalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Masyarakat sebagai konsumen harus mendapatkan pengayoman atau perlindungan atau pengayoman dari penegak hukum termasuk kepentingan ekonomi.¹¹

⁹ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2018, Hlm.59.

¹⁰ Suhrawadi k. Lubis dan Farid Wadji, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014, hlm.27.

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Adapun definisi pengertian konsumen menggunakan sistem *COD* tentu mengikuti aturan yang berlaku dalam belanja *online*. Seperti berdasarkan terjemahan bebas yang dikutip dari *Cambridge Dictionary* dapat menitikberatkan pada kenyamanan dan juga keamanan dari ancaman bahaya sebagai berikut;¹² *pertama*, Sebuah metode bisnis. *Kedua*, Pihak penjual akan mengirimkan barang kepada pihak pembeli. *Ketiga*, untuk pembayaran akan dilakukan saat barang diserahkan kepada pembeli.

Sedangkan, definisi lain dari *COD* adalah penjual dan pembeli bersepakat untuk melakukan transaksi di suatu tempat dan pembayaran dilakukan pada saat penjual dan pembeli bertemu di tempat yang disepakati.¹³

Selanjutnya, definisi lain adanya jaminan perlindungan konsumen yaitu bersifat kerahasiaan data-data pribadi konsumen, karena dengan adanya data-data pribadi tersebut jika tidak dijaga akan kerahsiannya oleh pelaku usaha dapat diperjual belikan oleh pihak lain untuk kepentingan promosi. Disisi lain keberadaan UU. No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik merujuk pada pasal 31 Ayat (1) Menyatakan:¹⁴

Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan intersepsi atau penyadapan atas Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dalam suatu computer dan/atau Sistem Elektronik tertentu milik orang lain.

Grolier berpendapat, Pentingnya ada keterikat secara hukum dengan menerapkan saksi sebagai alat pemaksa, dengan diterapkan adanya keterikatan tentu melahirkan hukum menjadi kuat bagi para pihak didalamnya.¹⁵ hukum didefinisikan sebagai suatu standar menjadi acuan bagi setiap individu yang akan melahirkan hak dan kewajiban sistem dan aturan yang ada dalam masyarakat.

¹² I Wayan anf Gde Wiryawan, "*Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)*" I Wayan Gde Wiryawan," *Jurnal analisis Hukum* 4, no. 2 (28 September 2021), Universitas Udayana Bali, <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/JAH/article/view/3126>.

¹³ Cita Yutisia Serfiyani, Iswi Hariyani, and Serfianto D. Purnomo, "*Buku Pintar Bisnis Online Dan Transaksi Elektronik : Plus Tips Bijak Mendirikan Bisnis Online, Mengembangkan Bisnis Online, Belanja Online, Transaksi Online, Dan Menghindari Penipuan Online*" / Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D. Purnomo, Iswi Hariyani," Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=857973>.hlm 289

¹⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Pasal 33 Ayat (1). www.hukumonline.com/pusatdata.com Diakses pada 11 Maret 2022 Pukul 16.13 WIB

¹⁵ Grolier dikutip dalam Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hlm. 13.

c. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dari Sisi Produk

Adapun hak yang secara eksplisit dituangkan dalam Pasal UUPK Dalam menawarkan Produknya, Pelaku usaha diwajibkan untuk secara terbuka sebagai berikut;¹⁶

1. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen harus disertai informasi yang valid, tidak disesatkan yang sifatnya mendasar dalam segi kualitas produk (Asli, imitasi, baru, bekas jenis produk dan ukuran) disamping informasi-informasi lain yang relevan seperti keunggulan produk. Adnya informasi lengkap sangat membantu pihak konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Berdasarkan hasil penelitian untuk pelaku usaha di Indonesia dalam mengiklankan produk dan mendeskripsikan produk sangat minim informasi dan melakukan manipulasi data, hanya menyebutkan harga dan penjelasan singkat mengenai produk, yang akan menimbulkan konflik perdebatan antara masyarakat/Pembeli.¹⁷
2. Hak memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau dipergunakan.
3. Memberi jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diiklankan oleh pelaku usaha.
4. Informasi produk mengenai produk harus diberikan melalui Bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran lain dalam hal ini menuntut konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha bahasanya dapat dimengerti.

d. Perlindungan Hukum Dari Sisi Pembayaran COD

Dalam konteks jual beli dengan metode *COD* melalui *market place*, setidaknya ada 5 (lima) pihak yang terlibat, yaitu penyelenggara *market place*, penjual, penyedia jasa ekspedisi, kurir dan pembeli, sebagai berikut : ¹⁸

1. Penjual memperdagangkan barangnya di *marketplace*

¹⁶ Shidarta, *Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Grasindo, 2004, hlm.21.

¹⁷ *Ibid*, hlm.24

¹⁸ Erizka Permatasari, “Ogah Bayar Pesanan Cash on Delivery (COD), Ini Hukumnya! - Klinik Hukumonline,” www.HukumOnline.com, 2021, diakses pada 12 Maret 2022, pukul: 00.52 <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt60a78e8f5f1ca/ogah-bayar-pesanan-i-cash-on-delivery-i-cod-ini-hukumnya->.

2. Pembeli membeli barang dari penjual melalui *market place* setelah menyepakati barang, jumlah, harga, ongkos kirim, jasa ekspedisi, dan metode pembayaran yang tertera
3. Penjual mengemas barang pesanan pembeli dan mengirimkannya melalui jasa ekspedisi yang telah dipilih si pembeli
4. Barang tersebut kemudian diantar oleh kurir ekspedisi menuju alamat pembeli
5. Setelah barang sampai, pembeli menyerahkan sejumlah uang sesuai harga pesanan yang telah disepakati dengan penjual kepada kurir

Fenomena yang terjadi sekarang ini, transaksi jual beli *online* dengan metode pembayaran *COD* menimbulkan banyak permasalahan yang bermuara kepada kurir. Apalagi kurir hanya berstatus yang diisitilahkan sebagai mitra tanpa adanya kontrak kerja/hubungan kerja formal. Perusahaan ekspedisi mewajibkan kurir untuk mengganti ongkos kirim dan harga barang yang tidak mau dibayar oleh pembeli, konsekuensi apabila tidak dibayar maka untuk selanjutnya kurir tidak dapat melakukan pekerjaannya.¹⁹

e. Perlindungan Hukum Dari Sisi Iklan

Revolusi dalam pertumbuhan bisnis dan ekonomi mendapatkan dampak pembangunan dengan penapaian pertumbuhan ekonomi semaksimal mungkin, sehingga orientasi kegiatan terarah kepada mekanisme pasar dan optimalisasi pemanfaatan capital. Seperti diketahui Iklan merupakan salah satu sarana fasilitas diberikan dalam aspek pemasaran. Dalam pemasaran menggunakan iklan tentu sangat banyak dipergunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan aneka produk yang dihasilkannya kepihak Konsumen.²⁰ Oleh karena itu, tidaklah mengherankan apabila dari tahun ketahun *budget* yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk beriklan semakin bertambah besar jumlahnya menggunakan jasanya.

Dalam sector bisni yang dilakukan oleh pelaku usaha menggunakan jasa iklan dapat tergambar pada David Oughnton dan John Lowry mengakui bahwa dengan adanya media

¹⁹ Satria Trilaksana Akbar, “*Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Aplikasi Shopee*,” diakses pada 20 Desember 2021, pukul 22.30.v2.eprints.ums.ac.id, 2020, <http://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/87878>. hlm 7

²⁰ Malcolm Leder, Peter Shears, *Frame Works Consumer Law, Fourth Edition*, London: Pitman Publishing, 1996, hlm. 116.

iklan, pelaku usaha melakukan pendekatan lebih kepihak konsumen, dengan menghasilkan beraneka ragam produk dengan keinginan oleh pihak konsumen.²¹

Setiap pelaku usaha pasti mengharapkan produk dipasar menimbulkan efek meningkat kepada khalayak/Konsumen yang dituju. Namun, bukan berarti efek yang mereka iklankan memberikan dampak besar untuk membeli produknya, tetapi membantu produk tersebut terkenal. Dengan perkataan lain, dampak iklan bersifat jangka panjang.²²

Yusuf Shofie berpendapat bahwa iklan termasuk salah satu dari 6(Enam) sebab potensial yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, yaitu sebagai berikut;²³

- a. Ketidaktahuan konsumen tentang penggunaan produk
- b. Ketidaksesuaian iklan/informasi produk dengan kenyataan
- c. Produk tidak sesuai dengan standar ketentuan/Peraturan Perundang-Undangan.
- d. Produk Cacat meskipun masih dalam garansi atau belum kedaluarsa
- e. Sikap konsumtif konsumen

Tidak hanya menimbulkan kerugian, media iklan juga memiliki kecenderungan sebagai penyebab timbulnya permasalahan hukum dan ketidakstabilan dalam masyarakat. Faktanya dapat terlihat, penyalahgunaan iklan dalam bentuk iklan-iklan yang menjerumuskan dan iklan menipu atau memperdaya konsumen, promosi, manipulative dan menyesatkan baik di media elektronik atau media cetak.²⁴

Pelaku Usaha yang tidak memiliki kemampuan untuk bersaing dengan pelaku usaha yang kuat, kerap kali terjadi dilapangan dengan berpikir pendek dengan melahirkan kebijakan-kebijakan yang tidak benar, walaupun faktanya dengan harus mengorbankan pihak konsumen.

Dampak itulah kerap kali terjadi dikalangan masyarakat antara lain, dengan mengurangi keberhasilan dalam persaingan, pemberian informasi yang tidak jelas bahkan cenderung menyesatkan, pemalsuan, dan sebagainya, pada akhirnya diperburuk dengan

²¹ David Oughton, Jho Lowry, *The Text Book On Consumer Law*, London: Black Stone Press Limited, 1997, hlm.81-83

²² Barbanand Sandage, *Reading in Advertising and Promotion Strategy USA*: Richard D Irwin Inc., 1968, hlm. 233

²³ Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, hlm.107

²⁴ Romy Rahmana, *“Studi Pemberlakuan Pasal-pasal yang terkait dengan periklanan Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia”*, Tesis, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2002), hlm.18.

masih banyaknya masyarakat (Konsumen) menimbulkan kerugian kepada konsumen.²⁵ Kondisi tersebut semakin diperburuk dengan masih banyaknya konsumen yang belum memahami akan hak-haknya, serta bersikap pasrah terhadap berbagai tindakan yang dilakukan pelaku usaha tanpa ada usaha nyata untuk menggugatnya melalui mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang telah tersedia.

Tindakan seperti tersebut penyelesaian sengketa konsumen ada peran negara hadir dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, tidak ada pro dan kontra dan melihat latarbelakangi oleh adanya ketidakseimbangan kedudukan dari pelaku usaha dengan konsumen. Secara ekonomis, pelaku usaha mempunyai kedudukan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan konsumen.

Tetapi Menurut Pasal 1338 Ayat (3) KUH Perdata, dalam asas sebuah perjanjian haruslah dilaksanakan dengan itikad baik. Itikad baik disyaratkan dalam hal “Pelaksanaan” dari suatu janji, bukan pada “Perbuatan”, sebab unsur itikad baik dalam hal proses pembuatan suatu perjanjian sudah terdapat didalam unsur kausa yang halal pada pasal 1320 KUH Perdata.²⁶

2.2. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

2.2.1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya peranan perkembangan hukum dalam konteks ilmu pengetahuan dan teknologi menghasilkan suatu ekonomi dan bisnis dipergunakan untuk masyarakat baik penjual/pembeli. Terkait dengan hal ini, pelaku usaha dan konsumen tentu tidak mendominasi pasar, selama konsumen masih memiliki hak untuk produk mana yang menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada pelaku usaha yang mampu menetapkan harga berlebihan atau menawarkan produk dengan kualitas rendah, selama masih ada produsen lain dan konsumen akan pindah kepada konsumen tersebut.²⁷

²⁵ A. Zein Umar Purba, “*Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan*”, Majalah Hukum Dan Pembangunan, No. 4 Tahun XXII/Agustus, 1992, hlm. 400.

²⁶ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 34.

²⁷ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Kencana, 2018, hlm.5.

Purba berpendapat bahwa harmonisasi pokok perlindungan konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha tentu saling membutuhkan, menguntungkan. Yang dimana keduanya merupakan produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan dan itu semua peran serta merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.²⁸

Dalam perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki payung hukum yang telah ditetapkan pada aturan hukum yang berlaku dan pasti, Perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimis. Adapun yang dimaksud dengan Perlindungan Menurut Pasal 1 Ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

*Perlindungan Konsumen adalah bentuk perlindungan dari produk hukum segala upaya yang menjamin hak-hak konsumen dalam bentuk kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Artinya, Pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam hal perlindungan terhadap hak-hak dan kepentingannya.*²⁹

UUPK membuat rumusan tentang perlindungan konsumen cukup di mengerti dan di pahami oleh masyarakat karena susunan kalimat yang mudah dipahami dan mencakup besar hal tentang jaminan perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen merupakan bagian cukup krusial yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan peran penting pemerintah, tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada diposisi yang lemah. Penyalahgunaan posisi monopolitis menyebabkan pelaku usaha membuat jenis produk yang terbatas dengan melakukan iklan tidak sesuai dengan aturan yang berlaku dan kejujuran terhadap produk yang dipromosikan.³⁰

UUPK hadir memberikan solusi kepada masyarakat yang menyatakan kepastian hukum ini diharapkan mengetahui seluk buluk para pelaku usaha kepada masyarakat untuk menjadi kuat memperjuangkan hak-haknya dan untuk meniadakan tindakan

²⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Bandung: Nusa Media, hlm. 18.

²⁹ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2006, hlm. 4.

³⁰ Abd Haris, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Makasar: Sah Media, 2017, hlm.4

sewenang-wenang para pelaku usaha yang akan mengakibatkan kerugian bagi para pelaku usaha yang akan mengakibatkan kerugian bagi para konsumen.³¹ Walaupun UUPK bertujuan memberikan perlindungan terhadap konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian sehingga UUPK ini juga mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha, dengan harapan menjadi dampak positif terhadap pelaku usaha yang lainnya untuk menjalankan usaha dengan aman dan pasti, dan tentunya konsumen pun merasa terlindungi dengan adanya UUPK No.8 Tahun 1999.

Menurut Pasal 3 UUPK, Perlindungan Konsumen bertujuan:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Menciptakan perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
3. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan bisnis
4. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.³²

Az Nasution mengakui, keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur bentuk hubungan dan perlindungan konsumen berkedudukan pada bidang hukum, baik tertulis atau tidak tertulis, ia menyebutkan dalam hukum perdata, hukum dagang, hukum pidana, hukum administrasi (negara) dan hukum internasional terutama pada konflik berkaitan dengan kepentingan masyarakat (Konsumen atau Pelaku Usaha).

Jadi Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan konsumen hakikatnya ada keterkaitan yaitu sama dan tidak perlu dibedakan satu dengan yang lainnya. Karena keduanya memiliki arti dan kesamaan satu sama lain, hal ini bertujuan untuk memberikan pengaturan hubungan yang seimbang pelaku usaha dan konsumen itu sendiri supaya hak-haknya konsumen terlindungi tanpa harus melupakan kewajibannya.

³¹ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen, Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2018, hlm. 39.

³² Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011, hlm. 1 – 22.

Abdul Halim Barkatullah mengatakan³³, pengaturan perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan cara;

1. Tujuan sistem perlindungan konsumen dibuat untuk memberikan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum pada UU
2. Memberikan Perlindungan kepada kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya
3. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik pelaku usaha yang mencoba menipu dan menyesatkan.

Dengan adanya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen beserta perangkat hukum berlandaskan pada asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur, masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia atau penggunaannya dalam penghidupan masyarakat, namun dalam hal ini konsumen tetap harus menjadi konsumen cerdas yaitu lebih mengedepankan keperluan dibandingkan keinginannya.

2.2.2 Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Berbicara mengenai undang-undang, harus diketahui bahwa undang-undang mempunyai asas yang tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman dasar terhadap suatu peraturan tersebut. Yang melahirkan sebuah aturan hukum dari satu asas hukum dapat menghasilkan lebih dari satu norma hukum hingga tak terhingga norma dan aturan hukum.

Menurut Bellefroid mengatakan, kedudukan hukum pelaku usaha dengan konsumen tidak terlepas dari adanya aturan mengenai keselarasan hukum yang terjadi antara para pihak. Secara umum hubungan-hubungan memiliki sifat publik dan privat dilandaskan dengan prinsip asas kebebasan, persamaan dan solidaritas. Dengan adanya prinsip asas kebebasan subjek hukum bebas melakukan apa yang diinginkannya dengan dibatasi oleh keinginan orang lain dan memelihara akan ketertiban sosial.³⁴

³³ NHT Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005, hlm. 18.

³⁴ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen, Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2018, hlm. 45..

Asas hukum mempunyai makna ibarat Hati peraturan hukum atas dasar dua alasan yaitu, asas hukum memiliki landasan yang cukup luas bagi lahirnya suatu produk hukum. Ini berarti bahwa mekanisme peraturan-peraturan hukum itu dapat dikembalikan kepada asas-asas hukum. Pengertian kedua, dapat disimpulkan asas hukum mengandung tuntutan etis, maka asas hukum diibaratkan sebagai pondasi jembatan antara peraturan-peraturan hukum dengan menerapkan cita-cita social dan pandangan etis dalam masyarakat.³⁵

Asas yang menjadi pedoman bagi UUPK No. 8 Tahun 1999 dalam Pasal 2 yang berisi “Perlindungan konsumen berasaskan keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan dan kepastian hukum”. Yang merupakan asas dari perlindungan konsumen adalah sebagai berikut;

1. Mendapatkan Keadilan yang dimana adil dalam pelaku usaha, belum tentu adil untuk konsumen
2. Mendapatkan asas keseimbangan setiap produk hukum perjanjian yang merasa dirugikan oleh pihak konsumen atau pelaku usaha haknya harus terlindungi dengan cara menanggung akibat/konsekuensi jika melakukan wanprestasi
3. Mencapai asas manfaat segala sesuatu upaya penyelenggaraan harus memberikan manfaat sebesar-besar untuk kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan
4. Mendapatkan keamanan dan keselamatan konsumen untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan suatu barang/jasa yang dipergunakan.
5. Mendapatkan Kepastian Hukum pelaku usaha atau konsumen menaati hukum yang berlaku dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dengan adanya pasal dua UUPK menciptakan pembangunan masyarakat yang berintegrasi berdasarkan pada sila-sila Pancasila, kelima asas ini dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: asas kemanfaatan konsumen yang didalamnya terdiri asas kemanan

³⁵ Sudikno Mertokusomo, *Penemuan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Liberty, 1996, hlm. 85.

dan keselamatan konsumen, selanjutnya asas keadilan yang meliputi asa keimbangan dan selanjutnya asas kepastian hukum³⁶

2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen

Achamd Ali³⁷ berpendapat setiap aturan-aturan memiliki tujuan Khusus begitu juga dengan UUPK yang mengatur tujuan khusus dan tujuan umum. Tujuan khusus ini hanya dapat tercapai secara maksimal jika didorong oleh substansi perlindungan yang diatur dalam undang-undang ini. Tanpa mengabaikan dalam kondisi masyarakat. Unsur masyarakat dalam konteks ini berhubungan pada kesadaran pada aturan hukum dan kepatuhan terhadap hukum. Dapat disimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen suatu aktifitas dalam masyarakat tentu ada dukungan dan kontrol oleh pemerintah dan masyarakatnya.

Tujuan UUPK No.8 Tahun 1999 dibuat merupakan sasaran akhir yang tentu harus dicapai dalam pelaksanaannya dibidang hukum Perlindungan terhadap konsumen. Dalam Pasal 3, disebutkan bahwa tujuan Perlindungan konsumen pada UUPK Pada pasal 3 sebagai berikut;³⁸

1. Memberikan sistem perlindungan terhadap konsumen dalam kepastian hukum dan adanya sarana tranparasi dan kejujuran pada informasi produk dan akses untuk mendapatkan sebuah informasi
2. Memberikan harkat dan martabat konsumen dan menghindari informasi kurang actual pada pemakaian barang dan/atau jasa
3. Mmberikan kepercayaan, kesadaran, kemampuan dan kemandirian kepada konsumen untuk melindungi diri
4. Memberikan atas memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
5. Memberikan kesadaran terhadap pelaku usaha mengenai pentingnya Perlindungan konsumen sehingga tumbuh bersama sama dalam sikap jujur pada kualitas barang/jasa (kenyamanan, keamaan, keselamatan kosumen) dan bertanggung jawab dalam melakukan berusaha.

³⁶ Ahmad Miru Dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Chandra Pratama, 2015, hlm. 96.

³⁷ Ahmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta: Chandra Pratama, 1996, hlm. 96.

³⁸ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 pasal 3

Maka ke lima tujuan khusus perlindungan hukum tersebut memberikan keadilan, kemanfaatan, kepastian hukum.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Pihak-Pihak Terkait Hukum Perlindungan Konsumen

2.3.1 Konsumen

Berdasarkan UU NO. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bukanlah kata baru dalam literature kepustakaan. Pada hakikatnya setiap masyarakat (Individu) dalam menjalankan aktifitas kesehariannya adalah konsumen. Hanya dalam kedudukan sebagai konsumen seseorang tidaklah menyadari akan hak dan kewajiban yang melekat pada dirinya sebagai konsumen.³⁹

UUPK ini terasa membawa angin perubahan yang sangat diharapkan akan menjadi argumentasi hukum ketika perdebatan-perdebatan konsumen tampak dipermukaan. UU ini sebenarnya juga memberikan suatu posisi tawar-menawar bagi konsumen sekaligus menciptakan aturan main yang *fair* bagi semua Pihak.

Konsumen dapat dikatakan bahwa setiap pengguna baik barang/jasa yang telah disediakan oleh pelaku usaha untuk kepentingan masyarakat dalam melakukan transaksi untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan mulai dari bayi hingga pada manula rakyat atau masyarakat.

Aulia Muthiah berpendapat⁴⁰ pengertian konsumen dapat dikatakan setiap badan hukum atau buka badan hukum melakukan pemakaian terhadap produk barang/jasa yang dilakukan dalam proses jual beli atau melalui mekanisme proses pemberian atau hadiah, dan produknya tersebut bisa dikonsumsi langsung atau pemberian kepada orang lain.

Pengertian Konsumen dalam UUPK ini memberi batasan, pada pasal 1 ayat (2) dalam kepustakaan ekonomi dikenal sebagai konsumen komersial, konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen komersial adalah subjek yaitu konsumen/pelaku usaha mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk produksi barang atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Pengertian konsumen antara adalah konsumen

³⁹ *Ibid*

⁴⁰ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2018, hlm.51.

yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi untuk diperdagangkan kembali, sedangkan konsumen akhir adalah pengguna terakhir dari suatu produk. Penggunaan istilah pemakai dalam UUPK Menunjukkan pengguna produk untuk dirinya dan keluarganya atau orang lain tanpa melalui transaksi jual beli, dan konsumen akhir ini dapat dikatakan orang atau badan hukum yang menggunakan barang secara langsung⁴¹

Konstruksi pasal 8 UUPK tersebut kemudian menjadi bias jika dihadapkan pada beberapa fakta persoalan yang timbul berkenaan dengan hak-hak konsumen, antara lain:⁴²

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, menyentuh dan melihat barang yang akan dipesan
2. Ketidakjelasan informasi tentang produk (Barang atau Jasa) yang ditawarkan dan tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi
3. Tidak ada kejelasan status subjek hukum dari pelaku usaha
4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta kejelasan terhadap risik-risiko yang berkenaan dengan sistem yang dilakukann, khususnya pembayaran elektronik, baik dengan credit card maupun pembayaran melalui electronic cash, dan pembayaran melalui *cash on delivery* (COD)
5. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual-beli diinternet atau transaksi lainnya, pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh konsumen. Adapun barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman bukan penerimaan barang.

Jadi pada hakikatnya bahwa perlindungan konsumen ini dapat dikatakan bahwa mempunyai batasan karena perolehan barang atau jasa itu oleh konsumen, karena hubungan hukum jual-beli, sewa menyewa, pemakai atau peminjam dalam bentuk jasa angkutan perbankan, konstruksi asuransi dan sebagainya, akan tetapi lebih kearah

⁴¹ Undang-Undang No. 8 pasal 1 ayat 2 tentang perlindungan konsumen

⁴² Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hlm. 312.

peenrapan pemberian sumbangan, hadiah-hadiah baik berkaitan dengan komersial (promosi barang atau jasa, pemasaran) maupun dalam hubungan lainnya.

2.3.2 Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 Ayat (3) Undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian dari sisi pelaku usaha, yaitu: “Pelaku usaha dapat disebutkan sebagai menjadi 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 berlandasan Undang-Undang Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan aktifitas usaha pada berbagai bidang ekonomi, BUMN, Pedagang, distributor, dan lain-lain⁴³

Dalam pengertian Pelaku usaha UUPK memberikan pengertian tidak mencakup eksportir karena UUPK membatasi dengan orang perseorangan atau badan usaha yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

Pada pasal 8 ayat (1) menyebutkan bahwa pelaku dunia usaha dilarang melakukan, memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, keterangan pada iklan atau promosi penjualan barang/jasa terswebut. Lebih lanjut pada pasal 8 ayat (2) menegaskan bahwa pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan barang dalam keadaan rusak, cacat atau tercemar tanpa memberikan informasi lengkap dam nemar atas keadaan barang dimaksud.⁴⁴

Maka UUPK membuat pengertian tersendiri terhadap pelaku usaha sangat luas hal ini bertujuan untuyuk mempermudah konsumen dalam menuntut kerugian, konsumen yang telah diruygikan sebagai akibat dari menggunakan suatu produk dapat dengan mudah mencari pihak mana yang hareus dituntut. Untuk proses penyempurnaan suatu UU makan akan lebih baik jika memberikan rincian sebagaimana dalam mengajukan

⁴³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2001, hlm.17.

⁴⁴ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 8 ayat 1

tuntutan, sehingga konsumen dapat lebih mudah jika dirugikan dalam penggunaan produk.

2.4 Hak dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha

2.4.1 Hak Dan Kewajiban Konsumen

Seiringnya terjadi pelanggaran terhadap masalah perlindungan konsumen dan UUPK dikarenakan salah satunya adalah ketidaktahuan konsumen atau pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka. Walaupun dalam UUPK hal itu diatur dalam UUPK, tetapi kenyataannya tidak sedikit masyarakat yang belum pernah membaca dan mengetahui tentang keberadaan dari UUPK itu sendiri. Maka dari itu penulisan ini buat untuk mengetahui bagi konsumen hak dan kewajiban mereka dalam aktifitas ekonomi yang dilakukannya.

Menurut kajian hukum umumnya yang dimaksud hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh produk hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Pada hakikatnya kepentingan ini mengandung unsur kekuasaan yang dijamin dan lindungi oleh produk hukum dalam melaksanakannya.⁴⁵ Berikut ini adalah hak yang terkait dengan hubungan hukum perlindungan konsumen yaitu;

1. Dari kodrat manusia sebagai manusia yang diciptakan oleh Maha Pencipta disebut Hak Asasi yang dimana, manusia mempunyai sejumlah hak sebagai manusia dan untuk mempertahankan kemanusiaannya, misalnya hak hidup, dan kebebasan yang berhubungan dengan sifat manusia.
2. Hak dari lahir dari hukum, yaitu hak hukum atau hak dalam artian yuridis, yaitu hak-hak yang diberikan oleh produk hukum yang telah dibuat oleh negara kepada manusia dalam kedudukannya sebagai warga negara seperti untuk memberikan hak suara, hak untuk memberi keterangan/pengakuan dalam status hukum dan lainnya yang berhubungan dengan hukum.
3. Hak dari lahir dari hubungan antara satu dengan orang lainnya melalui sebuah perjanjian dalam transaksi jual beli, seperti seseorang membeli produk melalui

⁴⁵ Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum, Suatu Pengantar, Yogyakarta: Liberty, 1986, hlm. 56.

media *elektronik* facebook, maka orang dikatakan konsumen itu mempunyai hak atas transaksi tersebut, meskipun hak itu bersal dari hubungan kontraktual, tetap mendapat perlindungan dari hukum jika perjanjian yang telah dibuat itu sah menurut hukum.

Jadi hak hukum adalah hak yang bersumber baik dari hukum maupun perjanjian itu dibedakan menjadi hak kebendaan dan hak perorangan. Adapun yang berkaitan dengan Hak konsumen Menurut John F. Kennedy⁴⁶ adalah hak konsumen sebagai manusia yaitu seorang maklum yang ada sebuah ikatan dengan hak hidup, hak mendapatkan keamanan dan konsumen sebagai subjek hukum yang boleh melakukan perbuatan hukum seperti membuat perjanjian jual beli dengan pelaku usaha/pengusaha, maka konsumen mempunyai hak untuk memilih produk yang dia kehendaki tanpa ada unsur paksaan melakukan pemaksaan adalah perbuatan melanggar hukum.

Maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha tersebut untuk melakukan pertanggung jawab, secara umum terdapat empat hak dasar konsumen yang mengacu pada *President Kennedy's 1962 Consumer's Bill of Right*, Keempat hak tersebut yaitu:

1. Hak untuk memperoleh kemaan (*The Right to Safety*);
2. Hak untuk mendapatkan Infomrasi (*The Right to Be Informed*);
3. Hak untuk memilih (*The Right to Choose*);
4. Hak untuk didengar (*The Right to Be Heard*).⁴⁷

Kempat hak dasar ini diakui secara internasional dan organisasi IOCU (*The International of Consumer Union*) menambahkan beberapa hak sebagai berikut:

1. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen
2. Hak mendapatkan kerugian yang telah dilakukan oleh pelaku usaha dngan nilai tukar yang diberikan dan mendapatkan penyelesaian hukum yang patut
3. Hak untuk mendapatkan lingkungan hidup jujur dan sehat.⁴⁸

Lahirnya UUPK ini berdasarkan pada beberapa pertimbangan yang intinya adalah sebagai bagian ar upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan

⁴⁶ Aulia Muthia, *Op.cit*, hlm. 63.

⁴⁷ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo, 2000. hlm. 16.

⁴⁸ Celine Tri Siwi Krisyanti, *op.cit*. hlm. 31

sekaligus mendapatkan kepastian barang atau jasa yang diperoleh dari pendagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen. Dalam pasal 4 dan pasal 5 UUPK menetapkan bahwa konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut:

- A. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur kondisi dan jainan barang barang atau jasa
- B. Hak atas untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dana tau jasa digunakan
- C. Hal untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur dan tidak diskriminatif
- D. Hak-hak untuk mendapatkan kompresasi, ganti rugi, dan penggantian apabila barang dan jasa diterma tidak sesuai dengan perjanjian/ iklan dipromosikan atau sebagaimana diatur mestinya
- E. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak, tentunya juga memiliki kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi, pasal 5 UUPK menetapkan empat kewajiban kinsmen sebagai berikut:

- a. Membaca pedoman atau aturan atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur aturan pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaski pembelian barang atau jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut⁴⁹

Dengan adanya kewajiban konsumen mengikuti petunjuk/aturan informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barng atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Keselamatan merupakan hal yang penting yang perlu diatur, karena sering pelaku usaha menyampaikan peringatan secara jelas pada suatu produk, tetapi konsumen tidak membaca peringatan secara yang telah disampaikan kepadanya. Tetapi dalam prakteknya pelaku usaha tetap ada saja yang merugikan konsumen demi menguntungkannya. Maka

⁴⁹ Sidharta, *Op.Cit.*, hlm. 40

adanya UUPK ini membawa perubahan lebih baik lagi dalam segi keamanan dan keselamatannya dengan mempertimbangkan membaca secara jelas dan teliti yang telah disampaikan nya melalui iklan atau produk yang dipromosikannya. Dengan adanya pengaturan ini maka memberikan konsekuensi jika pelaku usaha tidak bertanggung jawab apabila konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

2.4.2 Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha

Seiring perlindungan konsumen melindungi hak dari konsumen, pelaku usaha juga diberi hak sebagai bentuk usaha menciptakan kenyamanan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, Maka dengan adanya UUPK No. 8 Tahun 1999 Pelaku usaha memiliki Hal-haknya⁵⁰. Berdasarkan pasal 6 dan 7 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan adanya hak dan kewajiban pelaku usaha. Hak pelaku usaha disebutkannya sebagai berikut:

1. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
2. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai jual atau tukar barang atau jasa yang diperdagangkan
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik, apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan
5. Hak-hak yang telah diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam praktek yang biasa terjadi, suatu barang atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipetingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar dan melakukan iklan yang mirip dengan aslinya. Maka kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan segala bentuk usahanya

⁵⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Bandung: Nusa Media, 2008, hlm. 36.

2. Memberikan informasi dalam iklan dan keterangan yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif tanpa pandang bulu
4. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan mencoba barang/jasa tertentu serta memberikan jaminan terhadap garansi atas barang yang dibuat/di produksi atau diperdagangkan.
5. Memberikan kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan pembelian barang atau jasa.⁵¹ Dapat disimpulkan bahwa UUPK Pelaku usaha tampak mengedepankan bahwa itkad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dikemas atau diproduksi sampai pada akhirnya pada tahap sempurna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena kemungkinan terjadi kerugian bagi produsen sejak barang dikemas atau diproduksi oleh pelaku usaha, sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai saat melakukan pada saat transaksi dengan produsen.

2.5 Teori Dasar Hukum Perjanjian

2.5.1. Pengertian Jual Beli

Hukum Perlindungan Konsumen mengatur tentang hal-hak konsumen sebagai hak pribadi masyarakat. Hak-hak konsumen ini merupakan hak keperdataan yang dilindungi oleh Peraturan perundang-undangan sebagai hak keperdataan, konsumen harus memperjuangkan sendiri haknya melalui saluran-saluran hukum perdata dan institusi hukum yang berkaitan dengan bidang perdata yang telah disediakan oleh negara. Jika seorang konsumen dilanggar haknya dan itu menimbulkan kerugian baginya, konsumen

⁵¹ *Ibid*, hlm. 54.

dapat mengajukan tuntutan (gugatan) secara perdata untuk mempertahankan atau mendapatkan kembali haknya tersebut.⁵²

Pengertian jual beli dalam Hukum Perlindungan konsumen sendiri tidak dijelaskan secara langsung. Sejarahnya perlindungan konsumen pernah secara prinsipal menganut asas *the privity of contract*. Maksudnya adalah, pelaku usaha hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban hukumnya selama ada hubungan kontak actual antara dirinya dengan konsumen. Oleh karena itu, ada pandangan bahwa hukum perlindungan konsumen mempunyai erat dengan hukum perikatan, khususnya perikatan perdata.⁵³

Jual beli merupakan suatu peristiwa perdata yang sangat sering dilakukan masyarakat dalam memperoleh hak kepemilikan atas suatu objek. Peristiwa perdata yang dalam hal ini merupakan perjanjian jual beli mendominasi kepemilikan atas suatu barang/produk yang dimiliki masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka terlihat suatu barang/produk dari perjanjian jual beli sangat krusial dalam kehidupan masyarakat.

Mohamad Kharis Umardani, memberikan pengertian, Hukum perdata memberikan pengaturan mengenai perjanjian jual beli secara terperinci dan hal dimuat didalam Buku III Kitab Undang-Undang Perdata.

Transaksi jual beli yang diadakan dengan pemanfaatan media elektronik (*Ecommerce*) pada umumnya sama saja dengan transaksi jual beli yang sudah dikenal lama oleh masyarakat luas

Sebagaimana dalam perjanjian jual beli berasal dari terjemahan *contract for sale*. Perjanjian jual beli diatur dalam pasal 1457 sampai dengan pasal 1540 KUHPerdata Pasal 1457 yang mengatur jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengingatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.⁵⁴

Salim mengatakan, perjanjian jual beli dalam bukunya yaitu sebagai suatu perjanjian yang dibuat pihak penjual dan pembeli. Didalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima

⁵² Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya, 2014, hlm. 50.

⁵³ Shidarta, *Op.Cit.*, hlm. 13

⁵⁴ Salim, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm. 48.

objek tersebut. Sehingga unsur-unsur yang tercantum dalam definisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Adanya subjek hukum, yaitu pembeli dan penjual
2. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang atau harga
3. Adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli⁵⁵

2.5.2. Syarat-syarat Jual Beli

Sebagaimana telah diuraikan dalam penjelasan jual beli, dapat diketahui bahwa jual beli merupakan satu bentuk dari perjanjian. Maka syarat-syarat sahnya suatu perjanjian tercantum pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yaitu pada pasal 1320, yang dimana sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal⁵⁶

Dalam pasal 1320 KUHPerdata tersebut diatas, ditetapkan sebagai syarat-syarat untuk suatu perjanjian yang sah adanya suatu sebab yang halal. Dengan sebab (Bahasa Latin *causa*) ini dimaksud tiada lain pada isi perjanjian. Hukum pada dasarnya tidak menghiraukan apa yang berada dalam gagasan seorang apa yang dicita-citakan seseorang, yang diperhatikan oleh hukum atau Undang-undang hanyalah tindakan orang-orang dalam masyarakat. Dapat disimpulkan, yang dimaksud dengan sebab atau *Causa* dari suatu perjanjian adalah isi perjanjian itu sendiri seperti halnya dalam perjanjian jual beli isinya adalah satu pihak menghendaki uang.⁵⁷ Adapun yang merupakan resiko dari tidak terpenuhinya satu atau lebih dari syarat sahnya perjanjian sebagai berikut:

- A. Dalam batal demi hukum (*neitig null and void*) menurut Pasal 1320 KUHPerdata Indonesia memiliki asumsi, bahwa kapan pun perjanjian tersebut dianggap tidak

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 49

⁵⁶ Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramitha, 1996, hlm. 339.

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 19.

pernah sah dan dianggap tidak pernah ada, dalam hal ini jika tidak terpenuhi syarat objektif.

- B. Dalam dapat dibatalkan (*vernietigerbaar, voidable*) dalam pasal 1320 KUHP Perdata Indonesia, Perjanjian tersebut baru dianggap tidak sah, jika perjanjian tersebut dibatalkan oleh yang berkepentingan, dalam hal ini jika tidak terpenuhinya syarat subjektif.
- C. Perjanjian tidak dapat dilaksanakan adalah jika perjanjian tersebut tidak begitu saja batal, tetapi juga tidak dapat dilaksanakan, tetapi perjanjian tersebut masih mempunyai status hukum tertentu.
- D. Dalam perjanjian apabila syarat tersebut tidak dipenuhi tidak mengakibatkan batalnya sebuah perjanjian tersebut, melainkan hanya mengakibatkan salah pihak atau kedua belah pihak akan dikenakan sanksi administratif.
- E. 3. Hak dan Kewajiban Penjual Dan Pembeli Menurut Hukum Perdata

Menurut Subekti, Pengertian Jual beli suatu perjanjian dengan mana perihal pihak satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak lain membayar harga yang telah dijanjikan. Yang dijanjikan oleh pihak satu (Pihak Penjual atau pelaku usaha) menyerahkan atau memindahkan hak miliknya atas barang yang ditawarkan, sedangkan dijanjikan oleh pihak yang lain, membayar harga yang telah disetujuinya. Yang harus diserahkan oleh penjual atau pelaku usaha kepada pembeli atau konsumen adalah hak milik atas barangnya, jadi bukan sekedar kekuasaan atas barang yang telah diuraikan diatas.⁵⁸

Dalam kewajiban utama Sang pembeli ataupun konsumen yakni membayar harga pembelian, pada waktu serta ditempat sebagaimana diresmikan bagi perjanjian. Bila pada waktu membuat tidak diresmikan tentang itu, hingga di pembeli wajib membayar ditempat serta pada waktu dimana penyerahan wajib dicoba yang sudah ditetapkan pada Pasal 1513- 1514 KUHPerdata).

Sebaliknya kewajiban penjual/ Pelaku usaha bagi Pasal 1473- 1474 KUHPerdata menyatakan dengan tegas bahwa yang dilakukan perbuatan oleh pelaku usaha ia meningkatkan dirinya, seluruh janji yang tidak sesuai dengan informasi diberikan serta

⁵⁸ Subekti, Op.Cit., hlm. 79.

bisa membagikan bermacam penafsiran, tafsiran tersebut membuat kerugian terhadap konsumen. Pelaku usaha Kewajiban dalam menjalankan usaha dengan bertanggung jawab, tanggung jawab yang diberikan mempunyai 2 etika ialah, awal menyerahkan barangnya atau yang kedua menanggungnya segala perbuatannya.

2.6 Prinsip-prinsip Hukum Perlindungan Konsumen

2.6.1 Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan (*Liability Based On Fault*)

Prinsip tanggungjawab ialah Mengenai yang sangat berarti dalam kajian hukum proteksi terhadap konsumen. Dalam kasus- kasus pelanggaran hak konsumen dibutuhkan kehati- hatian dalam menganalisis siapa yang wajib bertanggung jawab serta seberapa jauh pertanggung jawaban bisa dibebankan kepada pihak- pihak terkait⁵⁹

Pengertian yang dimaksud kesalahan adalah unsur yang murni bertentangan dengan melawan hukum, kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat. Asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adalah adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Dengan kata lain, tidak adil apabila orang yang tidak bersalah wajib menanggung kerugian yang sudah dialami orang lain.

Prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu tanggung yang ditentukan oleh perilaku usaha⁶⁰. Berdasarkan unsur-unsur kesalahan (*Fair Liability* atau *liability ase on fault*) adalah sebuah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana atau perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya pasal 1365, 1366 dan 1367, menyatakan seorang dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pada pasal 1365 KUH Perdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan, harus ada 4 unsur pokok yang terpenuhi, sebagai berikut:

1. Adanya perbuatan.
2. Adanya unsur kesalahan.
3. Adanya kerugian yang diderita.

⁵⁹ Munir, Fuady, *Konsep Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2015, hlm. 186-187.

⁶⁰ Inosentius, Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004, hlm. 46

4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.⁶¹

Selanjutnya berdasarkan teori diuraikan diatas kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang berakibat kerugian pada konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen dirugikan, maka kerugian konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pelaku usaha. Adapaun syarat-syarat memenuhi gugatan sebagai berikut:

1. Harus dibuktikan bahwa tergugat lali dalam melakukan kewajiban berhati-hati terhadap tergugat
2. Suatu tingkah yang menimbulkan kerugian tidak sesuai prosedur hati-hati yang normal
3. Perilaku tersebut merupaka penyebab nyata dari kerugian yang timbul⁶²

2.6.2 Praduga selalu bertanggungjawab (Presumption of Liability)

Berdasarkan unsur bertanggung jawaban ini bahwa praduga selalu bertanggungjawab sampai dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Prinsip pertanggung jawab atas kesalah, beban pembuktian berada pada pihak yang merasa dirugikan, sedangkan pada prinsip bertanggung jawab beban pembuktiannya dibebankan kepada pihak yang menyebabkan kerugian. Dapat disimpulkan, prinsip ini tentu bertentangan dengan asas praduga tak bersalah yang dikenal pada hukum pidana, namun penerapan prinsip ini pada permasalahan mengenai sengketa konsumen akan sangat relevan. Sebab dengan memakai prinsip ini hingga pihak pelakon usaha wajib meyakinkan kalau mereka tidak bersalah. Namun, dalam menerapkan prinsip ini bukan berarti konsumen dapat mengajukan gugatan dengan sesuka hati, posisi konsumen sebagai penggugat juga selalu terbuka untuk digugat balik oleh pelaku usaha, apabila konsuen gagal menunjukan kesalahan tergugat.

⁶¹ *Ibid*, hlm. 59-61.

⁶² Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo, 2004, hlm. 148.

BAB III

METODE PENELITIAN

Salah satu kata metode biasanya disandingkan dengan frase penelitian hukum tentunya dapat diinterpretasikan sangat luas, Menurut Khusbal Vibhute dan Filipos Aynalem mengatakan bahwa dibagi menjadi dua kategori, yaitu penelitian hukum mengenai suatu kebenaran atas fakta-fakta yang ada dan penelitian hukum untuk dilakukan pengembangan ilmu hukum. Dalam penelitian tersebut tentu menggunakan data hukum normatif yang merujuk pada peraturan perundang-undangan hukum dan kedua menggunakan putusan-putusan pengadilan untuk menjawab atas permasalahan yang diajukan.¹

Sugiyono meyakini bahwa pengertian metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh data yang bertujuan untuk mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan, dan menemukan pengetahuan dan teori untuk memahami pengetahuan, memprediksi masalah dan memecahkan masalah dalam kehidupan masyarakat.²

Demikian Menurut Soerjono Soekanto bahwa “Penelitian dapat dikatakan sebagai sarana konstruksi untuk memperkuat, mengembangkan ilmu pengetahuan dan mengungkapkan fakta kebenarannya”. Dalam metode penelitian mempunyai strategi untuk memperoleh arah tujuan menemukan data yang akan diperlukan untuk objek penelitian sehingga penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan dan valid³ Bahkan menurutnya penelitian menyediakan suatu peluang untuk mengenali dan memilih satu masalah penelitian dan menyelidikinya secara bebas.

Metode penelitian adalah suatu serangkaian dalam mengumpulkan serta menyusun bahan-bahan yang diperlukan sesuai objek yang diperlukan dalam penelitian

¹ Khusbai Vibhute dan Filipos Aynalem, *Legal Research Method: Teaching Material, Prepared Under The Sponsorship Of The Justice And Legal System Research*, 2009, hlm. 22

² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA, 2012, hlm. 48.

³ Soerjono Soekanto dalam Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018, hlm. 8..

untuk mencapai kepastian. Oleh sebab itu dengan demikian akan mendapatkan apa yang dikehendaki dalam suatu penelitian.

Penelitian akan senantiasa bermula dari rasa ingin tahu untuk menentukan jawaban terhadap suatu permasalahan aktual yang dihadapi. Hal demikian jawaban suatu permasalahan telah diketahui, maka selanjutnya yang harus dilakukan tidak perlu lagi diadakan penelitian. Maka, dapat dikatakan suatu penelitian ilmiah dimaksud untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang objek yang akan diteliti berdasarkan prosedur yang diakui dalam bidang keahlian (intersubjektif), dengan demikian penemuan terhadap hasil penelitian ilmiah tersebut diakui keilmiahannya⁴

Secara etimologi, istilah penelitian hukum normatif berasal dari bahasa Inggris yaitu “*normative legal research*” atau dalam bahasa Belanda dikenal dengan istilah “*normative juridisch onderzoek*”, sedangkan dalam bahasa Jerman disebut dengan istilah “*normative juristische recherche*”. Berbagai istilah tersebut diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia dengan istilah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan salah satu penelitian yang paling banyak dilakukan oleh mahasiswa hukum. Hal ini disebabkan karena penelitian ini hanya cukup dilakukan di ruang lingkup kerja, tanpa bersusah payah untuk menggali data yang berasal dari masyarakat.⁵

P. Mahmud Marzuki mengatakan “Bahwa pengertian dari penelitian hukum adalah suatu pondasi dalam diberlakukannya aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.”⁶ Pengertian yang dikemukakan oleh mereka itu mengacu kepada penelitian hukum normative yang objek penelitiannya berupa norma hukum, konsep hukum, asas hukum, dan doktrin hukum. Dapat dikatakan pengertian penelitian hukum yang demikian adalah penelitian hukum dalam arti sempit yang mengakui adanya teori hukum empiris selain teori hukum normatif.⁷

⁴ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Depok: Kencana, 2016, hlm. 3

⁵ *Ibid.*, hlm. 55.

⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana-Prenada Media Group, 2007, hlm. 35

⁷ J.J.H. Bruggink, “*Rechts Reflectief*”, Terjemahan Arief Sidharta dalam *Refleksi Tentang Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 168, 176, 186.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum yang berlandaskan pada kaidah-kaidah atau asas-asas yang dapat dikonsepskan sebagai norma atau kaidah yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, doktrin dari para pakar hukum termuka, dan bersumber dari putusan pengadilan.⁸

Dalam inti penelitian hukum adalah untuk mengidentifikasi, melakukan studi, menginterpretasi dan mengumpulkan data dan memerikan pemahaman yang mendalam mengenai konsep hukum atau peristiwa dalam memecahkan sengketa hukum yang timbul. Hukum dikonsepskan sebagai apa yang tertulis dalam perundang-undangan (*law in book*) atau hukum dikonsepskan sebagai kaidah atau norma yang merupakan pedoman dalam berperilaku manusia yang dianggap benar. Dengan kata lain bermula dari *Das Sollen (law in books)* menuju *Das Sein (law in actions)*. Oleh sebab itu jika ditinjau dari sudut pandang penerapannya penelitian hukum normatif dari beberapa pengertian diatas bahwa penelitian hukum berfokus pada masalah, dimana permasalahan yang diteliti didasarkan pada teori atau dilihat dari hubungannya antara teori yang mengandung unsur positivism hukum, *library research*, data sekunder dan data kualitatif.⁹

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif tidak saja memaparkan norma (*beschrijven*, deskriptif) tetapi juga menormai atau mengkaidahi (*voorschrijven*, preskriptif) sebagai tindakan yang berdimensi politik praktikal. Menurut Meuwissen mengatakan: Dalam kondisi seperti itu ilmu hukum normatif mempunyai tugas pokok untuk mengarahkan, menganalisis, mensistematisasi, menginterpretasi dan menilai hukum positif.¹⁰ Dengan demikian itu dimaksudkan bahwa ilmu hukum normatif mempunyai dimensi majemuk yakni selain dimensi menjelaskan secara tuntas tentang norma hukum juga berupaya memberi dimensi normatif kontemplatif dan praktik hukum adalah sangat erat bertemu dalam satu titik silang untuk dijadikan pedoman dalam praktik hukum.

⁸ Soerjono Soekanto dalam Bachtiar, *Op.Cit.*, hlm. 57.

⁹ *Ibid.*, hlm. 58.

¹⁰ Meuwissen, *Tentang Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum, Dan Filsafat*, Terjemahan B. Arief Sidharta, Bandung: Reflika Aditama, 2008, hlm. 54-55.

Menurut Hotma Pardomuan Sibuea mengatakan bahwa Untuk menjawab permasalahan sebagaimana yang telah disebutkan di atas maka diperlukan metode penelitian supaya hasil yang diharapkan dapat dipertanggungjawabkan keasliannya atau validitasnya. Metode penelitian pada dasarnya berkaitan dengan langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam rangka mengumpulkan data atau bahan-bahan hukum yang dikumpulkan untuk menjawab masalah penelitian. Metode ilmiah memberikan jaminan bahwa suatu penelitian harus dilakukan dengan prosedur yang benar sehingga hasil penelitian dapat diterima oleh banyak pihak sebagai salah satu suatu pengetahuan yang bersifat ilmiah.¹¹

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah yuridis normatif, yaitu penelitian yang ditujukan untuk menemukan dan merumuskan argumentasi hukum melalui analisis terhadap pokok permasalahan dengan mengkajinya menggunakan kaidah-kaidah dan asas-asas hukum yang berlaku dan dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.¹²

Dengan demikian penelitian ini akan membahas tentang bagaimana perlindungan konsumen dalam belanja secara *online* yang di rugikan pihak konsumen dalam prespektif menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

3.2. Pendekatan Penelitian

Sebagai penelitian hukum dengan metode penelitian yuridis normatif, pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan perundangundangan (*Statute Approach*).¹³ Penelitian hukum dengan menggunakan metode pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan cara memahami, mengungkapkan, dan menafsirkan makna norma hukum sebagai bahan kajian hukum, sehingga norma hukum dapat dipahami, diungkapkan, dan ditafsirkan maknanya dengan penafsiran yang ada di dalam ilmu hukum.

¹¹ Hotma Pardomuan Sibuea & Herrybertus Sukartono, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Krakatauw . 2009

¹² Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018, hlm. 56.

¹³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 96.

Penelitian ini mendasarkan pada penelitian hukum normatif (yuridis normatif), oleh karenanya metode pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penulisan skripsi ini adalah pendekatan kasus yaitu dengan mendeskripsikan, menguraikan, dan menganalisis tiga kasus yang berkaitan dengan tema pernikahan anak dibawah umur dengan jenis perkara yang berbeda antara satu kasus dengan lainnya. Sehingga ditemukan kesimpulan yang objektif, logis dan sistematis dengan tujuan untuk memperkuat pendapat penulis yang akan ditulis di dalam bab 5 kesimpulan dan saran pada skripsi ini.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti kasus-kasus yang terjadi di Indonesia tentang akibat hukum yang disebabkan konsumen yang menuntut kerugian dalam berbelanja *online* Dalam perspektif Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3.3. Sumber Bahan Hukum

Metode pengumpulan data untuk penelitian hukum normatif adalah dengan mengumpulkan data sekunder yaitu dengan meneliti data kepustakaan yang diperoleh dari berbagai sumber, yang jenis-jenisnya meliputi:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang meliputi sejumlah peraturan perundang-undangan. Yang berkaitan dengan analisis memberikan perlindungan terhadap pembeli/konsumen yang dirugikan haknya yaitu:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
4. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
5. Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Peraturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer berupa pendapat-pendapat para sarjana hukum perdata maupun

pidana, buku-buku yang berhubungan dengan hukum baik pidana maupun perdata, buku-buku tentang hukum beracara, buku-buku tentang perlindungan konsumen, hak-hak Pembeli/ Konsumen yang telah dirugikan dan peran serta pemerintah memberikan perlindungan kepada masyarakat menggunakan jurnal hukum, skripsi, karya ilmiah tentang perlindungan terhadap pembeli, dan mendapatkan kompensasi terhadap pelaku usaha kepihak konsumen/ pembeli.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier, merupakan bahan hukum pelengkap dan sifatnya memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier dapat berupa hasil-hasil penelitian sebelumnya, majalah, surat kabar, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamus hukum, serta pemanfaatan sumber dari internet dan sumber-sumber bacaan lainnya yang berhubungan dengan analisis dampak apa saja yang berkaitan dengan masalah kasus yang timbul akibat kerugian yang dialami oleh konsumen

3.4. Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Metode pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan bahan hukum normatif yaitu dengan mengumpulkan kajian pustaka yang berasal dari bahan hukum primer yaitu perundang-undangan serta putusan-putusan pengadilan dengan dikaitkan oleh bahan hukum sekunder dan tersier sehingga menjadi kesatuan dan diolah untuk dijadikan sebagai bahan penelitian.

3.5. Metode Pengolahan Dan Analisis Bahan Hukum

Data penelitian diperoleh melalui studi dokumen terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, kemudian disusun secara sistematis akan diperoleh gambaran yang menyeluruh. Data tersebut disusun secara sistematis dan diklasifikasikan secara kualitatif dalam kategori tertentu, kemudian disusun untuk mempermudah penelitian.

Data yang telah berhasil dikumpulkan oleh penulis dalam penelitian ini akan diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif sehingga didapat suatu kesimpulan untuk permasalahan yang diteliti dan dibahas dalam skripsi ini. Teknik analisis data deskriptif kualitatif secara terinci yaitu penyajian data dan penarikan kesimpulan guna menjawab

permasalahan penelitian. Dalam pelaksanaannya, penganalisisan dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Menelaah semua data yang terkumpul dari berbagai sumber data sekunder.
- 2) Mengelompokkan data dengan teori dalam satuan-satuan sesuai dengan masalah yang diteliti.
- 3) Menghubungkan data dengan teori yang sudah dikemukakan dalam berpikir.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Menurut Soerjono Soekanto bahwa Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperti bantuan hukum. Perlindungan itulah merupakan suatu hak bagi setiap insan di negara Indonesia dan merupakan kewajiban yang harus di penuhi oleh negara yang bertumpu pada harkat dan martabat sebagai makhluk sosial.¹

Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya saja terletak perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *online*.

Hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli online tersebut juga terdiri dari penawaran dan penerimaan sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lain.

1. Penawaran

Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu tawaran. Suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan situs sendiri sebagai

¹ Soerjono Soekanto, *Efektivitas Hukum dan Penerapan Sanksi*, Bandung: CV. Ramadja Karya, 1988 hlm. 80

ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian yang dapat dianggap sebagai tawaran.

Setiap yang melakukan penawaran di dalam transaksi *e-commerce* adalah *merchant* atau penjual. Para penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Para penjual menyediakan semacam *storefront* yang berisikan katalog produk-produk dan pelayanan yang diberikan. Para pembeli seperti berjalan-jalan di depan toko-toko dan melihat barang-barang di dalam etalase. Keuntungannya jika melakukan belanja di toko *online* adalah kita dapat melihat dan berbelanja kapan saja dan dimana saja tanpa dibatasi oleh jam buka toko dan kita juga tidak akan risih dengan pandangan penjaga toko yang mengawasi kegiatan kita.

Website tersebut biasanya ditampilkan barang-barang yang ditawarkan, harganya, nilai rating, otomatis tentang barang-barang itu yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi tentang barang tersebut, dan menu produk lain yang saling berhubungan. Selain itu penawaran ini terbuka bagi semua orang. Semua orang yang tertarik dapat melakukan *window shopping* di toko-toko *online* ini. Dan jika ada barang yang menarik perhatian, dapatlah transaksi dilakukan. Iklan produk merupakan banyak dipakai oleh pelaku usaha dalam melakukan jual-beli suatu produk yang dipasarkan untuk membantu mempromosikan barang atau jasa dengan cepat dan dikenal oleh kalangan peminat.

Berdasarkan pengalaman faktual dari *Customer* pengguna *facebook* mereka kerap sekali tertarik melihat iklan yang dipasarkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dan hak terhadap calon konsumen tidak terlindungi. Selanjutnya mengenai proteksi secara hukum yang dialokasikan terhadap hak konsumen dalam menyapaikan berpendapat saat dirugikan pihak konsumen dalam bentuk iklan dalam suatu produk barang/jasa di media sosial diatur dalam UUPK yakni hak untuk mendapatkan informasi yang sesuai fakta, jelas dan benar terkait lainnya adalah hal yang utama. Hal ini tentu bertujuan agar didapatkannya sebuah gambaran yang faktual oleh konsumen terhadap suatu produk, guna mengurangi terjadinya kerugian yang disebabkan baik dari keadaan, kualitas, maupun pemakaian barang/jasa tersebut dan tidak terjebak pada kondisi yang berdampak tidak baik yang memberikan informasi yang mungkin dapat terjadi. UUPK

tidak membatasi apabila selain pelaku usaha, konsumen bisa juga memberikan informasi secara utuh dengan masyarakat lain. Tentu saja dengan berdasarkan pada kebenaran informasi produk, aturan hukum yang berlaku yang dilaksanakan untuk kepentingan umum, tidak menjatuhkan suatu pihak.

2. Penerimaan

Penawaran dan penerimaan saling terkait untuk menghasilkan suatu kesepakatan. Dalam menentukan suatu penawaran dan penerimaan dalam *cybersystem* ini digantungkan pada keadaan dari *cybersystem* tersebut. Penerimaan dapat dinyatakan melalui *website*, *email*, atau juga melalui *electronic data interchange*.

Penjual biasanya bebas untuk menentukan suatu cara penerimaan. Misalnya ia menentukan bahwa dalam hal penjualan melalui *website* atas barang dagangannya, penawaran dapat ditujukan pada halaman dari *e-mail address* calon pembelinya. Jadi dalam hal ini penerimaan melalui *e-mail* cukup karena penawaran ini dikirimkan pada *e-mail* tertentu sehingga sudah jelas hanya pemegang *e-mail* itulah yang dituju. Akan tetapi, jika penawaran dilakukan melalui *website*, atau *news group*, dapat dianggap penawaran tersebut ditujukan untuk khalayak ramai. Dengan demikian, setiap orang yang berminat dapat membuat kesepakatan dengan penjual yang menawarkan.

Transaksi *e-commerce* melalui *website*, biasanya pengunjung atau calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual. Jika memang calon pembeli tertarik, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang calon pembeli inginkan sampai calon pembeli yakin akan pilihannya. Setelah yakin dengan pilihannya, calon pembeli akan memasuki tahap pembayaran. Dalam *e-commerce* terdapat banyak metode pembayaran. Dengan menyelesaikan tahapan transaksi ini, pengunjung toko *online* nya melakukan penerimaan atau *acceptance* sehingga telah terciptalah kontrak *online*.²

² Edmon Makarin, *Op.Cit.*, hlm. 260.

4.1.1 Pengaturan Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang.

Dalam pembukaan di alinea keempat pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia pada tahun 1945 bahwa Indonesia merupakan konstitusi yang menjadi landasan dan payung hukum dalam setiap perubahan terutama dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia dan menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara hukum artinya dalam segala hal harus berdasarkan hukum bukan kekuasaan, maka dari itu setiap sikap, perilaku dan kebijakan harus berdasarkan undang-undang dan juga ketentuan hukum yang ada, terutama di Indonesia yang harus lebih memperhatikan Pancasila sebagai dasar negara dan filsafah hidup bangsa Indonesia.

Begitu juga dalam suatu negara terdapat beberapa aspek perlindungan hukum, salah satunya adanya peraturan undang-undang yang memadai, infrastruktur hukum yang memadai, dan juga kualitas dalam putusan hakim pada pengadilan yang menjadi hal terakhir dalam menilai tentang kelayakan atau tidak suatu negara tersebut. Konsumen harus memperoleh peluang untuk mencapai keadilan. Hak-hak perkembangan konsumen harus ada penataan ulang atas hak dan kewajiban, sehingga tercapai keseimbangan daya tawar yang relatif sejajar antara konsumen dan pelaku usaha.³ Proporsi hak konsumen untuk memperoleh keadilan sering tergerus oleh kekuatan monopoli pelaku usaha. Untuk melawan semua ini, timbul pemikiran yang tujuannya memperkuat hak-hak konsumen. Betapa penting hak konsumen itu, sehingga melahirkan pendapat bahwa hak konsumen merupakan generasi Hak Asasi Manusia, yang harus menjadi kata kunci bagi perkembangan umat manusia di masa yang akan datang.

Dalam UUPK No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memiliki tujuan yang dimana memberikan perlindungan konsumen yang dimana adalah tertuju untuk memberikan perlindungan serta mengangkat harkat kehidupan kepada pihak konsumen, dan menghindari berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari segala aktifitas perdagangan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Dalam sektor ekonomi, sudah jelas bahwa adanya pelaku usaha dan konsumen, Pelaku usaha sebagai Pelaku dalam melakukan kegiatan berbisnis dan Konsumen sebagai

³ Ian Ramsay, *Consumer Redress and Acces too Justice*, op.cit, 2003. hlm. 19.

Pelaku yang memakai barang atau jasa. Maka telah dijelaskan di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang telah mendefinisikan mengenai Pelaku Usaha Dan Konsumen.

Selain itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam menentukan kegiatan berusaha atau berbisnis, salah satunya dari segi sosial, dalam berusaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tentunya mengedepankan segala kompleksitas di era masyarakat di dalam situasi pandemi *covid-19* Sehingga pada kegiatan berusaha atau berbisnis ini tentu mempunyai target mengejar keuntungan merupakan suatu hal wajar saja sering terjadi, asalkan dalam mengejar keuntungan tersebut tidak sampai merugikan pihak lain atau disebut pihak konsumen. Karenanya menurut penulis dalam mengejar keuntungan tersebut harus ada batasnya, dan juga harus memperhatikan kepentingan dan hak-hak orang lain. Sehingga tidak ada satu pihakpun yang saling dirugikan.

Tidak hanya dalam kegiatan berbisnis, hal ini juga sangat erat kaitannya dengan perkembangan ekonomi, seperti diketahui perkembangan ekonomi dalam perkembangan ini semakin membaik dan perlunya efisiensi dalam setiap kegiatan bisnis yang mempengaruhi perkembangan penggunaan perjanjian. Hampir setiap kegiatan yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan orang banyak, pelaku usaha selalu menggunakan perjanjian yang telah dibuat sepihak oleh pelaku usaha, perjanjian ini biasa disebut dengan perjanjian baku.⁴

Definisi konsumen berdasarkan pasal 1 angka 2 dalam UUPK Yaitu mengatur bahwa, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁵

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa:⁶ “Pelaku Usaha adalah Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan untuk melakukan kegiatan dalam

⁴ Abdul Karim Munthe, *Pengantar Perjanjian Baku Dalam Transaksi Bisnis Menurut Hukum Islam*, (AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah 15, no. 2, 2015), hlm. 211-220.

⁵ Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pada pasal 1 angka 2

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Op, Cit*, pasal 1 ayat (3)

wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Selanjutnya Berdasarkan Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 yang didalamnya ada salah satunya asas keamanan dan keselamatan konsumen dan dalam penerapan asas keamanan dan keselamatan konsumen yang dimaksud untuk menjamin atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Dalam hal ini keamanan dan keselamatan adalah hal yang utama yang harus diperhatikan karena keamanan dan keselamatan konsumen itu sendiri menyangkut tentang kesejahteraan masyarakat juga.

Belakangan ini dalam masa *pandemic covid-19* transaksi online sangat digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan, baik dalam bentuk barang atau jasa, mengingat kegiatan ini sangat mudah dan praktis dalam melakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung, tetapi sekarang dalam era pandemi melakukan serba virtual dan online. Kegiatan transaksi online ini dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi dan memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produknya.⁷ Seperti contohnya *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang dimana pengguna aplikasi ini sangat banyak diseluruh di Indonesia.⁸

Mengingat didalam media sosial *facebook* terdapat forum yang bernama *marketplace*, pada aplikasi mobilenya, sesuai dengan namanya, *marketplace* merupakan pasar online yang memfasilitasi berbagai bentuk transaksi bagi pengguna media sosial *facebook*. Saat membuka *marketplace* pada aplikasi *facebook*, konsumen akan melihat berbagai foto barang atau jasa yang diperjual belikan dengan lokasi terdekat.

Jika konsumen menginginkan barang yang ingin dibeli, maka konsumen dapat masuk kedalam kolom obrolan untuk melakukan negosiasi dengan pelaku usaha. Meski demikian *Facebook* hanya menyediakan wadah untuk melakukan transaksi jual beli dan tidak memberikan fasilitas pengiriman barang dan pembayaran, jadi para pihak yang

⁷ Devi, Komang Bulan TrinLaksmi dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, “*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online*”, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 4, No. 1-5.

⁸ Wijaya, I. Gede Krisna Wahyu, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya, “*Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online*.” Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 6, No. 8, 2018, hlm. 6.

melakukan transaksi melalui facebook harus mengatur segala bentuk transaksi serta pengiriman barang sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat atau disepakati, tanpa jaminan keamanan dari pihak *facebook*.⁹

Definisi *Social E-Commerce* ialah sebagai suatu media yang melakukan kontrak bisnis, memiliki jangkauan yang sangat luas. Hasil teknologi tersebut menghasilkan informasi dan komunikasi yang memberikan kemudahan dalam berinteraksi secara global tanpa batasan suatu negara yang menjadi tema sentral studi ini.¹⁰ Definisi tersebut melahirkan sebuah perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik melalui sosial *E-Commerce* yaitu sebagai berikut:

a. Kontrak Baku Transaksi Elektronik Sosial *E-Commerce*

Perkembangan yang sangat pesat Perkembangan yang sangat pesat transaksi elektronik dapat dijelaskan dengan kenyataan, bahwa transaksi itu melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen yang telah dimilikinya. Konsumen tidak pernah punya alat perlindungan yang teroganisir dengan baik.

Persoalan pun dapat dijelaskan dengan kenyataan bahwa pelaku usaha yang menjual barang atau jasanya secara *Online* banyak yang mencatumkan kontrak baku, sehingga timbul kekuatan daya tawar yang asimetris. Kontrak baku yang bahkan konsumen terkadang tidak memahami bahasanya, Ruang tawar yang *limitative* dalam format baku yakni *paradigm* tradisional yang ada pada akhirnya membentuk hubungan tidak sejajar antara pelaku usaha dan cenderung lebih tinggi dari pada posisi konsumen.

b. Online Dispute Resolution (ODR)

Terdapat langkah yang harus ditempuh untuk melindungi konsumen e-commerce yakni eksistensi prosedur penyelesaian sengketa online. Eksistensi ODR dalam system hukum sangat memengaruhi kekuatan elemen proteksi

⁹Facebook Rilis Marketplace untuk jual beli online
<https://tekno.kompas.com/read/2016/10/04/07360087/facebook.rilis.marketplace.untuk.jual.beli.online>
Diakses Pada Tanggal 19 April 2022

¹⁰ Lestarini, Ni Made Dewi Intan, dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Diinstagram.” Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 7, No. 10, 2019, hlm. 6.

konsumen yang melakukan transaksi secara online. Konsumen dapat mengakses informasi yang jelas dan benar tentang ODR termasuk mekanisme maupun prosedurnya. Penyebab utama adanya kekuatan daya tawar pelaku usaha dan konsumen yang tidak sejajar karena rendahnya kemampuan teknis konsumen, dan minimalnya pemahaman maka tentang teknologi informasi dan bahkan rendahnya pengetahuan konsumen mengenai hak-hak mereka

c. Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik

Jual beli online hakikatnya sama dengan kesepakatan jual beli secara umum, karena keduanya menggunakan asas konsensualisme. Pihak penjual memberikan penawaran atas barang yang diperjual belikan dan pihak pembeli menyetujui biaya yang harus di bayarkan atas barang tersebut.¹¹ Pada proses jual beli jual beli *online* meskipun pembeli dan penjual tidak saling bertemu tetapi secara hukum transaksi ini tetap sah dan melahirkan prestasi bagi kedua belah pihak. Sehingga, apabila ditemukan unsur penipuan dalam proses jual beli *online* tersebut dapat berakibat hukum, baik secara pidana atau perdata.

Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik secara tegas telah diatur Dalam peran penting hadirnya Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan yaitu dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 pasal 46 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi di bidang teknologi informasi dan komunikasi berkembang terus tanpa dapat dibendung seiring dengan ditemukannya perkembangan baru dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pelaku transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup public maupun privat. Para pihak yang melaukan transaksi tersebut wajib beretiket basic dalam melakukan interaksi atau pertukaran informasi dan dokumen elektronik selama transaksi tersebut berlangsung. Transaksi elektronik yang dituangkan

¹¹ Sukarni and Ydhi Tri Permono, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Secara Online*,” Jurnal Hukum 35, no. 1 (2019): 77-100, <https://doi.org/10.26532/jh.v35i1.11046>, hlm. 88.

kedalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Pihak yang memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya. Pengajuan gugatan dengan dasar UUPK dan PP PSTE tersebut dilakukan tetap terlebih dahulu mendahulukan cara kekeluargaan. Ini dilakukan untuk mendapatkan hasil *win-win solution* para pihak.

4.1.2. Kronologi Kasus Dan Hasil Wawancara Yang Dilakukan Terhadap Beberapa Narasumber Yang Menggunakan Media Sosial untuk belanja Online Di Marketplace Facebook

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada bab 1 diketahui bahwa terdapat sejumlah surat terbuka yang berada pada internet dan sejumlah media sosial mengenai kekecewaan yang dilakukan oleh para korban terhadap produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha di marketplace *Facebook* memberikan dampak merugikan kepada pihak konsumen. Adapun penelitian selanjutnya peneliti menemui sejumlah subjek penelitian yang dijadikan sebagai informasi dalam penelitian ini dengan menyeleksi para informasi yaitu masyarakat yang menjadi objek penelitian terhadap korban pengguna media sosial facebook yang belanja secara *online* yang dirugikan oleh pelaku usaha, dan konsumen berhak menuntut atas kerugian yang dialaminya dalam kasus dalam penelitian ini, dengan minimal pernah belanja online dengan menggunakan media elektronik marketplace *facebook* minimal dengan kasus yang serupa minimal dalam jangka waktu pada masa pandemi *Covid-19* hingga 3 bulan terakhir.

Adapun masing-masing informasi yang diberikan oleh beberapa para korban, yang dimana menjelaskan masing masing dalam melakukan wawancara kronologi kasus yang dirugikan yang dialami akibat penggunaan media sosial *E-Commerce* yang melakukan belanja online di marketplace facebook dengan masing masing kronologi yang serupa sebagai berikut:

Empat orang Pengguna sosial media elektronik selaku pihak konsumen dalam penelitian ini dan keempat orang konsumen mengatakan pernah mengalami kerugian dalam belanja *online* dengan keterangan sebagai berikut:

Kasus Pertama

Narasumber Pertama

Pihak konsumen yang dirugikan bernama Nancy Gloria Situmorang sebagai pembeli melakukan proses transaksi melalui *marketplace facebook* memberikan keterangan sebagai berikut.¹²

“Saya memilih facebook sebagai sarana pembelanjaan saya, dikarekan lebih murah dan banyak pilihan dibanding kan marketplace seperti shopee, tokopedia, bukalapak. Karena pada Facebook lebih dominan barang-barang second. Dan kebetulan saat itu saya ingin membeli barang second”

“Dimana waktu itu saya membeli airpod gen 2, dia mengaku barang tersebut adalah original, dengan alasan dia menjual. Karena sudah di PHK dan mempunyai kebutuhan yang tersedesak, sehingga harus menjual barang tersebut. Dikarenakan sistem kemarin tidak melakukan ketemu langsung. Sehingga saya percaya awalnya bahwa barang tersebut adalah barang asli. Karena barang second yang ingin saya beli memang lebih murah 200k sehingga menarik minat saya. Dibandingkan harga second pasaran lainnya”

“Dalam keterangan selanjutnya narasumber mengambil langkah awal, saya lakukan pertama adalah melakukan complaint kepada penjual karena barangnya tersebut tidak bisa dipakai alias rusak, akan tetapi penjual menutup akses komunikasi kami, dan saya melihat lagi dia menjual barang yang sama, dengan dalil hal yang sama pada option alasan penjualan barang tersebut. Maka sebab itu tidak ada sama sekali perlindungan yang diberikan kepada saya sebagai konsumen, dan penjual tersebut lari dari tanggung jawabnya”

¹² Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 1 bernama Nancy Gloria melalui tatap muka, Tempat Di Marunda pada Tanggal 23 April 2022

Kasus Kedua

Narasumber Kedua

Pihak konsumen yang dirugikan bernama Yulianti Hutabarat sebagai pembeli memberikan keterangan sebagai berikut.¹³

“Saya memilih belanja di *facebook* Karena *facebook* adalah platform media sosial yang sering saya kunjungi. Sejak 2015 *facebook* juga merilis fitur "live" dan fitur tersebut banyak digunakan para pelaku usaha untuk berjualan serta banyak sekali grup-grup penjual barang atau tukar tambah barang yang dimana kita berhubungan langsung dengan si penjual dan tidak satu dia kali saya membeli barang melalui grup-grup itu. Hingga ditahun 2016 *facebook* meluncurkan fitur marketplace yang semakin mempermudah pecinta *facebook* untuk berbelanja karena semua penjual ada didalam 1 fitur termasuk saya. Dan menurut saya cukup menyenangkan menjelajahi *facebook* sambil berbelanja online. Saya juga memilih marketplace karena barang yang dijual bukan hanya yang baru saja, ada banyak barang-barang second namun masih bagus seperti sisa import dari luar negeri banyak di jual di marketplace *facebook*. Bukan hanya itu, harga di marketplace juga cukup murah”

“Tentu saja pernah. Dimana saat itu saya melihat iklan jam tangan yang sangat menarik dan sedang ada potongan harga di hari itu saja. Saya tergiur dengan iklan dan harga yg ditawarkan sehingga saya segera menghubungi sipenjual untuk menanyakan ketersediaan barang dan ke aslian barang. Si penjual pun meyakinkan saya bahwa barang yang saya terima akan sesuai dengan yang iklankan dan penjual menyarankan pembayaran melalui *COD* jika saya kurang yakin. Akhirnya saya membeli barang itu dan pembayarannya *COD*. Pada hari dimana barang itu sampai, saya menghubungi sipenjual sebelum membuka paket yang saya terima. Namun si penjual mengarahkan agar saya membayar kurir terlebih dahulu baru dapat membuka barang itu. Saya mengikuti apa yang ia katakan. Setelah saya bayar kurir pun pergi dan saya membuka barang itu. Saya

¹³ Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 2 bernama Dewi Yulianti Hutabarat melalui Daring, Pada Tanggal 24 April 2022

cukup terkejut karena barang nya sangat berbeda dengan yang di iklankan. Saya membayar jam tangan ini dengan harga Rp. 400.000,-(sudah termasuk potongan harga dari penjual) namun yang saya terima seperti jam tangan 30 ribuan. Saya sangat kecewa dan merasa sangat rugi.

“Setelah saya menerima barang yang tidak sesuai antara iklan dan barang yang datang. Saya terus mencoba menghubungi penjual untuk meminta pertanggung jawaban. Namun si penjual tidak ada jawaban sama sekali. Kemudian saya mencari akun facebook si penjual tapi nihil. Akun tersebut sudah tidak ada atau mungkin ia sudah mengganti nama akun nya. Namun saya masih merasa belum puas, saya terus menerus menghubungi si penjual”

Maka Tidak ada bentuk tanggung jawab apapun, karena sepertinya si penjual memblokir kontak saya. Dan saya pun tidak dapat menghubungi penjual. Namun saya tetap merasa dirugikan. Bisa saja saya membawa ke jalur hukum untuk bentuk penipuan seperti ini. Namun pastinya akan menguras waktu dan biaya juga pastinya. Namun ini dapat jadi pelajaran buat saya kedepannya agar tidak mudah membeli barang melalui platform yang tidak ada tanggung jawab kepada pembeli jika penjual atau pelaku usaha berbuat curang”

Kasus Ketiga

Narasumber Ketiga

Pihak konsumen yang dirugikan selanjutnya bernama Andi Dwi Octaviani¹⁴

“Saya memilih marketplace *Facebook*, karena di facebook beragam barang barang yang ingin saya cari, seperti contohnya Kamera Polaroid Sun 630 dengan seharga 200.000 pilihannya lebih beragam dan lebih mudah mendapatkan di facebook terlebih lebih mempercayai facebook dibanding platform lain

“Saya pernah, mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang di perjanjikan, yang dimana dalam iklannya beserta keterangannya body mulus 90%,

¹⁴ Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 3 bernama Andi Dwi Octaviani melalui tatap muka, tempat Law Firm Iga Made Agung & Rekan Pada Tanggal 23 April 2022

jepretan lancar, dan siap pakai tetapi saat barangnya sampai ternyata tidak sesuai yang ada diketerangan dan sangat minus gamau jepret, flashnya ga menyala, dan batrainya tidak ada”

“Pada saat itu saya ingin mendapatkan hak saya karena barang berisi iklan tersebut tidak sesuai dengan barang yang datang dan saya ingin mengajukan claim melaporkannya ke penjual lalu. Tetapi tidak ada tanggapan dari penjual, dan langkah yg saya lakukan hanya mengancam melaporkan ke polisi”

“Saya biasanya dalam transaksi belanja di marketplace *facebook* mendapatkan bentuk return barang atau penggantian barang sesuai barang yg dibeli dan atau uang penggantian ganti rugi, tetapi saya tidak mendapatkan hak sebagai konsumen yang telah dirugikan pada saya membeli camera polaroid, dan pada akhirnya saya hanya membiarkan saja.

Kasus Keempat

Narasumber Keempat

Pihak konsumen yang dirugikan bernama Uli Siringo ringo sebagai pembeli memberikan keterangan sebagai berikut.¹⁵

“Saya memilih belanja melalui facebook, Karna saat pembelanjaan saya bisa melakukannya dirumah dan juga lebih praktis.”

“Ya, saya pernah mengalami kerugian dimana barang yang hendak saya beli Baju di online melalui aplikasi *Facebook* barangnya tersebut pada akhirnya tidak pernah saya terima, padahal saya sudah mentransfer sejumlah uang yang sudah di tertera tetapi setelah saya mentransfer barang yang saya beli tidak pernah saya terima.”

“Saya melakukan komplain melalui chat di messenger, saya menghubungi terus menerus pelaku usaha tapi tidak ada respon, setelah itu pelaku justru sudah tidak bisa dapat di hubungi lagi, setelah itu saya membagikan informasinya itu ke

¹⁵ Data ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan Korban Selaku Konsumen 4 bernama Uli Siringo-siringo melalui tatap muka, tempat tebet Jakarta selatan Pada Tanggal 23 April 2022

dalam sebuah grub dan ternyata banyak yang sudah menjadi korban pelaku penipuan”

“Sejauh ini belum ada pertanggungjawaban yang saya terima, karena pada saat saya telah mentransfer sejumlah uang ternyata pelaku usaha sudah mengganti nomor dan saya sudah tidak bisa menghubungi nya lagi baik dalam aplikasi Facebook maupun dengan nomor telepon”

4.1.3. Tinjauan Kasus Dengan Hukum Perlindungan Konsumen

Beragam kasus yang muncul berkaitan dengan pelaksanaan transaksi terutama faktor keamanan dalam *e-commerce* pada social media marketplace *facebook* ini tentu sangat merugikan konsumen. Padahal efektifitas UUPK Merupakan instrument hukum yang secara positif dirancang untuk memberi jaminan kepastian perlindungan hukum bagi konsumen.¹⁶

Dalam Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen disebutkan dalam pasal 1 ayat (1) ketentuan umum tentang definisi dari perlindungan konsumen yakni, segala upaya menjamin adanya perlindungan hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, jelas, butir-butir yang tertera dalam pasal 1 ayat (1) bisa dimaknai sebagai representasi bahwa pentingnya Negara Indonesia berkomitmen menjamin hak-hak konsumen dalam bertransaksi barang dan jasa dalam dunia usaha.

Masalah kegagalan terjadi dalam pasar tidak hanya berlangsung dalam sistem pasar ekonomi konvensional, tetapi juga merembes ke sektor ekonomi yang digerakan oleh sistem teknologi informasi¹⁷ Kenyataan bahwa perdagangan secara elektronik ternyata kerap memberikan dampak negatif bagi konsumen, karena *e-commerce* membuka peluang kepada konsumen untuk melakukan transaksi lintas negara dan tanpa pertemuan fisik. Bentuk transaksi semacam itu juga memberi peluang bagi terciptanya perbedaan jarak hubungan, pengetahuan dan sumber daya antara konsumen dan pelaku usaha.

¹⁶ Widi Nugrahaningsih, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*,

¹⁷ Cristina Coteanu, *cyber consumer law and unfir tranding practiscc*, ashgate, *op.cit.* London, hlm.17

Beberapa kasus tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan hukum perlindungan konsumen dilihat dari pendekatan utama yaitu Undang-Undang Nomor.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Dan Peraturan Pemerintah Nomor.71 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Maka dengan pendelatan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada kasus yang terjadi tersebut tentu menjadi dasar permasalahan hukum dalam transaksi jual-beli dan dapat disimpulkan sebagai salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen.

Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah:

- a. Bahwa Ha katas 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 di dengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secar 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 perundang-undangan lainnya

Disisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual online) sesuai pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya,
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta diskriminatif

- d. Menjamin mutu barang, dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar barang 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
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.¹⁸

Keempat kasus diatas, lebih dipertegas lagi Pasal 8 UUPK melarang bahwa pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket lebih tegas lagi Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, *e-tiket*, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Berdasarkan pasal tersebut sangat melanggar hak-hak konsumen dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada (kasus 1,2,3,4) yang telah dilakukan penelitian melalui wawancara yang menggunakan media sosial untuk belanja online, terdapat permasalahan yang sangat serius, yang dimana ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang tertera dalam iklan/foto yang ditawarkan oleh pelaku usaha dalam platform marketplace *facebook* merupakan bentuk pelanggaran/atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang dan juga adanya pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha dalam hak-hak nya konsumen tidak didengar, dan menghilang begitu saja.

Konsumen sesuai pada pasal 4 huruf h undang-undang perlindungan konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai dengan pasal 7 huruf g undang-undang perlindungan konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau

¹⁸ Hukum Online “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-commerce*” diakses dari [PerindunganHukum Terhadap Konsumen Belanja Online \(hukumonline.com\)](http://PerindunganHukum.TerhadapKonsumen.BelanjaOnline(hukumonline.com)) pada tanggal 25 April 2022

penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian dapat kapan saja dibatalkan.

Seperti upaya yang telah dilakukan oleh para korban yang dilakukan hanya membiarkan saja pada kasusnya, untuk masalah penipuan barang seperti ini, apabila dilakukan melalui jalur hukum, tentu butuh proses yang sangat panjang yang dilakukan penyidik kepolisian dan tentu tidak akan di tanggap, dikarenakan barang tersebut masih dibawa 5juta. Sedangkan apabila kita ingin memblokir nomer rekeningnya pun, kita harus membuat laporan ke kepolisian akan tetapi, terhalang pada hal ini. Sehingga upaya hukum yang dilakukan oleh korban konsumen lakukan tidak ada, dikarenakan tidak ada yang menjamin dalam peraturan perundang-undangan sekalipun.

Jika pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi: ¹⁹

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e ayat (2) dan pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000,00 (Dua Milyar Rupiah)”.

Ketika barang konsumen yang telah diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, maka konsumen bisa menggugat penjual online atau pelaku usaha tersebut secara perdata dengan dalih wanprestasi. Pasal 49 ayat 3 PP No.82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik telah mengatur khusus tentang masalah wanprestasi, yang isinya adalah sebagai berikut: “Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi”.

¹⁹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 62

4.1.4. Analisis Penulis

Undang-undang perlindungan konsumen belum penuh melindungi konsumen dalam transaksi sosial e-commerce karena ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam undang-undang perlindungan Konsumen belum mengakomodir hak-hak konsumen dalam transaksi sosial e-commerce. Hal tersebut dikarenakan sosial e-commerce mempunyai karakteristik tersendiri dibandingkan dengan transaksi konvensional karakteristik tersebut adalah: tidak bertemunya penjual dan pembeli, media yang digunakan adalah internet, transaksi dapat terjadi melintasi batas-batas yuridis suatu negara, barang yang diperjual belikan dapat berupa barang/jasa atau produk.

Berdasarkan penelitian, pada transaksi sosial e-commerce hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar, dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan hak-haknya secara penuh dalam transaksi e-commerce. Apabila diperhatikan, hak-hak konsumen yang secara normative diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkesan hanya terbatas pada aktifitas perdagangan yang bersifat konvensional. Disamping itu perlindungan di fokuskan hanya pada sisi konsumen serta sisi produk yang diperdagangkan sedangkan perlindungan dari sisi pelaku usaha serta jaminan kerahasiaan data-data milik konsumen belum diakomodir oleh undang-undang perlindungan konsumen, dalam faktanya hak-hak tersebut sangat penting untuk diatur keamanan konsumen dalam bertransaksi.

Perlindungan hukum konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Bentuk perlindungan konsumen terhadap layanan situs belanja *online* mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang atau jasa yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat pemakaian barang atau jasa tersebut.

Bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap layanan situs belanja *online marketplace* dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam bentuk perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana. Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Maka pengaturan bentuk perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.²⁰

Bentuk hukum perlindungan konsumen terhadap layanan situs belanja *online* adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk-produk konsumen antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat. Tegasnya, hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta

²⁰ Zulham, *Op.Cit.*, hlm. 21.

putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen. Hal ini sangat terkait dengan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan konsumen yang berbunyi: “Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini”.

Konsumen dalam transaksi *e-commerce* atau *online* memiliki resiko yang lebih besar daripada penjual. Atau dengan kata lain hak-hak konsumen dalam *ecommerce* sangat rentan. Selain itu, ada hal lain yang dapat semakin merugikan konsumen atau pembeli, yaitu data dapat dicuri oleh pihak ketiga pada saat terjadi komunikasi antara pembeli dan penjual, pencuri bisa mendapatkan nomer kartu kredit dengan cara menyusup ke sebuah *server* atau juga *personal computer*, dan pembeli dapat saja ditipu oleh penjual yang palsu atau fiktif. Oleh karena itulah selain jaminan yang diberikan oleh penjual sendiri, diperlukan juga jaminan yang berasal dari pemerintah. Jaminan dari pemerintah ini diharapkan berupa undang-undang yang dapat memberikan kedudukan yang lebih kuat bagi konsumen.

Pada tanggal 20 April tahun 2000, Indonesia telah memulai memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mengatur mengenai hak-hak konsumen, dan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi produsen. Jika dikaitkan antara hak-hak konsumen yang terdapat di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan hak-hak konsumen pada transaksi *ecommerce*, hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar.

Berdasarkan kesimpulan dari diskusi ilmiah “Pengembangan *Cyberlaw*” di Indonesia, Kesiapan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia Mengantisipasi Kegiatan *e-commerce* di kampus Universitas Padjajaran, tanggal 3 Juni tahun 2000 disimpulkan bahwa hak-hak konsumen dalam *e-commerce* yang tergolong riskan adalah sebagai berikut:

- 1). Tidak ada jaminan keselamatan dan kemanan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Hal ini dikarenakan para konsumen tidak dapat langsung

mengidentifikasi, melihat atau menyentuh barang yang akan dipesan lewat internet, sebagaimana yang biasa terjadi dalam transaksi tatap muka di pasar.

2). Tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh informasi yang dibutuhkannya dalam bertransaksi sebab informasi yang tersedia dibuat secara sepihak oleh penjual atau produsen, tanpa ada kemungkinan konsumen melakukan *verifikasi*.

3). Tidak terlindunginya hak-hak konsumen untuk mengleuh atau mengadu atau memperoleh kompensasi. Hal ini karena transaksi lewat internet, dilakukan tanpa adanya tatap muka, maka ini membuka peluang tidak teridentifikasinya si produsen atau penjual barang atau jasa tersebut. Bisa saja produsen hanya mencantumkan alamat yang tidak jelas atau hanya sekedar alamat di surat elektronik atau *e-mail* yang tidak terjangkau dunia nyata. Akibatnya bila terjadi keluhan, konsumen akan kesulitan menyampaikan keluhannya. Selain itu, dapat juga keluhan konsumen tidak tanggap karena sulitnya menuntut produsen di dunia *virtual*.

4). Dalam transaksi pembayaran lewat *e-commerce*, biasanya konsumen harus terlebih dahulu membayar penuh (menggunakan pembayaran *COD* atau pembayaran sistem elektronik), barulah pesannya diproses oleh produsen atau penjual. Hal ini jelas berisiko tinggi bagi konsumen sebab membuka peluang terlambatnya barang yang dipesan, atau isi dan mutunya tidak sesuai dengan pesanan atau sama sekali tidak sampai ketangan konsumen (kemungkinan terjadinya wanprestasi).

5). Transaksi *e-commerce* dapat dilakukan antar negara. Bila terjadi sengketa, akan sulit ditentukan hukum negara mana yang akan dipakai.²¹

²¹ Edmon Makarin, *Op.Cit.*, hlm. 275.

4.2. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Konsumen Apabila Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Media *Facebook*.

Pembahasan dan analisis penelitian yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah II yaitu bagaimana upaya hukum yang dilakukan konsumen apabila dirugikan dalam transaksi jual beli *Online* melalui media *Facebook*. Dan untuk menjawabnya penulis akan menjelaskan terlebih dahulu yaitu mengenai peraturan yang menjadi dasar hukumnya yaitu Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 dan juga mengenai peraturan tentang badan penyelesaian sengketa konsumen mengenai salah satu tugas dan wewenangnya BPSK adalah menangani permasalahan konsumen dengan mediasi atau arbitrase ataupun konsiliasi yang diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian Perdagangan Nomor. 350/MPP.Kep/12/2001²² yang dimana mengenai menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen.

Seperti kita ketahui bahwa UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang atau jasa harus dihindarkan dari aktifitas perdagangan pelaku usaha.

Survey menunjukkan bahwa Negara Republik Indonesia Masuk daftar pengguna *facebook* terbanyak pada posisi Ketiga per Januari 2022 berdasarkan sumber statistika pada tanggal 8 Maret 2022 dengan jumlah pengguna aplikasi *facebook* untuk wilayah Indonesia mencapai angka 129,85 Juta pengguna *facebook* aktif per 2022 dan tentunya akan terus meningkat pertahunnya.²³ Dengan angka pengguna *facebook* yang begitu besar tentu saja hal ini juga akan meningkatkan jumlah pengguna yang melakukan transaksi melalui media *facebook*. Mengingat didalam media *facebook* terdapat suatu forum bernama *Marketplace* yang dimana *facebook* memberikan wadah bagi penggunanya untuk melakukan transaksi *online*. Banyaknya transaksi yang terjadi di media *facebook* tentu

²² Haris, Freddy. "*Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal*" Jakarta: Tnp, 2000 hlm. 13.

²³ *Indonesia Masuk Dalam Pengguna Facebook Terbanyak, Berdasarkan per 2022*" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/indonesia-masuk-daftar-pengguna-facebook-terbanyak-urutan-berapa> Diakses Pada tanggal 26 April 2022

saja banyak terjadi suatu permasalahan-permasalahan yang terjadi didalamnya. Maka dari itu diperlukan suatu paying hukum yang dapat melindungi para pihak yang melaksanakan transaksi *online*.²⁴ Undang-undang yang dapat memberi perlindungan hukum pada transaksi *online* melalui media *facebook* yaitu undang-undang perlindungan konsumen.

Jika konsumen dirugikan dalam melakukan transaksi *Online*, UUPK telah memberikan alternatif ruang untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi *Online* yaitu melalui pengadilan dan diluar pengadilan. Dalam penyelesaiannya melalui pengadilan, hal ini tersebut telah diatur dalam pasal 45 ayat (1) UUPK yang mengatur bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum” Pasal 45 ayat (2) UUPK mengatur tentang sebagai berikut: “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”. Selanjutnya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diatur dalam pasal 47 UUPK yang mengatur ebagai berikut: “Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tetentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”. Dengan kedua cara yang bisa diterapkan konsumen yang mendapatkan kerugian atas pelaku usaha, konsumen dapat memilih sala satu cara tersebut untuk mendapatkan keadilan yang telah diatur dalam UUPK baik itu melalui peradilan maupun diluar peradilan.²⁵

Badan ini dibentuk di setiap daerah tingkat II sesuai dengan pasal 49 Undang-undang Perlindungan Konsumen, BPSK di bentuk untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan, dan badan ini mempuyai majelis anggota-aggota dari unsur pemerintah, konsumen dan pelaku usaha. Keanggotaan badan terdiri atas ketua

²⁴ Widyantri, Ni Putu Trisna, And Aa Ngurah Wirasila. “*Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidakesuaian Produk Pada Jual Beli Online*”, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 7, No. 8,2019, hlm. 11.

²⁵ *Ibid*, hlm. 12.

merangkap anggota, wakil ketua merangkap anggota dan anggota di bantu secretariat (pasal 50 jo 51 Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

Penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan adalah dengan pengajuan gugatan ke pengadilan yang berada dilingkup peradilan umum sebagaimana diatur dalam pasal 48 UUPK. Sedangkan penyelesaian diluar pengadilan yaitu dengan cara mengajukan gugatan atau pengaduan kepada lembaga yang berwenang yaitu kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dimana telah diatur pada pasal 45 ayat (1).²⁶

Penyelesaian sengketa jual beli online melalui jalur pengadilan dinilai kurang efisien mengingat dibutuhkan waktu lebih lama, biaya dan tenaga sehingga sebagian besar masyarakat yang mengalami kerugian akan memilih penyelesaian sengketa melalui jalur diluar pengadilan. Meski demikian jika dalam penyelesaian tersebut tidak kunjung menemukan titik terang dan kesepakatan maka jalan satu-satunya yaitu melalui jalur litigasi untuk mendapat suatu keadilan.

Dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan, pemerintah telah membentuk BPSK yang ditunjuk untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan konsumen dan pelaku usaha. BPSK memiliki tugas dan wewenang dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Pada Pasal 52 UUPK memuat tentang tugas dan wewenang BPSK yang didalamnya memuat sebagai berikut:²⁷

- a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencatuman klausula baku
- d. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini
- e. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen
- f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen

²⁶ Putu Surya Mahardika, *Op.cit.* hlm.12.

²⁷ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52

- g. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen
- h. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen
- j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan
- k. Memustuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian dipihak konsumen
- l. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap konsumen
- m. Menjatuhkan saksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini

Penyelesaian permasalahan transaksi online juga dapat melalui musyawarah yang dimana dalam musyawarah tersebut konsumen dapat meminta ganti kerugian pada pelaku usaha dalam bentuk pertanggungjawaban baik dalam bentuk uang maupun barang. Apabila tidak ditemukannya titik terang dalam musyawarah tersebut maka dapat membuat gugatan atau pengaduan ke BPSK.²⁸

Berdasarkan hasil wawancara penelitian dari Majelis Ketua dan unsur dari Konsumen Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Bekasi Wilayah Provinsi Jawa Barat mengenai kasus yang ditampilkan dalam upaya hukum jika dirugikan penelitian ini, Bahwa Ketua BPSK mengatakan.²⁹

“Bahwa Peran BPSK sebagai wadah dalam memberikan serta membuka ruang perlindungan kepada konsumen. Dalam Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 lebih spesifik Penggugat adalah Konsumen Akhir (*user*), Tergugat adalah Pelaku Usaha. Dalam Hukum acaranya semua perkara tidak bisa mengadili di BPSK. Jika pelaku usaha di rugikan tidak bisa melaporkan ke BPSK, karena hanya menyangkut sengketa terhadap konsumen”.

²⁸ Ni Made Dewi Intan Lestari, *Op.cit.* hlm.11.

²⁹ Data ini di peroleh melalui serangkaian wawancara dengan Bapak Sugianto, Jabatan Ketua BPSK Kota Bekasi Provinsi Jawa Barat.

“Upaya yang dilakukan BPSK kepada korban konsumen tentu memberikan atensi terhadap konsumen untuk selalu berhati-hati dan waspada serta menjadi konsumen yang cerdas. Tentu terjadinya permasalahan sengketa, dimana pemenuhan hak dan kewajiban ini tidak selamanya mulus. Sehingga dimungkinkan terjadinya sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam Penyelesaian sengketa jika pelaku usaha berada di Indonesia dan dibuktikan dengan alamat dan informasi yang ada maka penyelesaian sengketa dapat dilakukan dan selama bukti transaksi cukup dan valid dengan cara melakukan penyelesaian sengketa yang ada di UU ITE nomor. 11 tahun 2008 pasal 38 ayat 1. Dengan demikian jika ada sengketa konsumen BPSK siap mengadili, sepanjang kesepakatan para pihak baik konsumen dan pelaku usaha. Konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pihak pelaku usaha secara *online* yang mengakibatkan adanya kerugian pada konsumen”.³⁰

“Suatu sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui pengadilan dan tentu ada biaya administrasi, langkah selanjutnya dapat pula di selesaikan di luar pengadilan melalui BPSK (Tidak Di Punggut Biaya bentuk upaya pemerintah terhadap masyarakat) yang melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen. Dalam hal ini peran BPSK dalam tugas dan penyelenggaraannya pada perlindungan bagi konsumen merupakan ujung suatu penyelesaian untuk memberikan suatu perlindungan kepada konsumen yang telah dirugikan. Upaya yang dilakukan BPSK ini adalah tempat wadah yang dimana masyarakat dapat melaporkan serta membuat pengaduan jika terjadi sengketa konsumen. Opsi Upaya Penyelesaian melalui Kesepakatan antara Pihak melalui Mediasi, Konsiliasi, Arbitrase (Memeriksa dan Mengadili suatunya keputusan BPSK) dalam persidangannya mini dipangkas (Opsi Penyelesaian, Sidang Awal, jawaban dan pembuktian, Saksi dan Para Pihak jika tidak ada kesimpulan dan dilakukan putusan dalam waktu 21 hari dan sifat perkaranya di pisahkan)”.³¹

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

“Semua sengketa konsumen Dimana posisi kedudukan sama seperti dengan Pengadilan. BPSK tidak dikenal minimal berapa kerugian yang di derita konsumen, selama konsumen memiliki hak untuk memperjuangkan nominal kerugiannya dalam bentuk laporan kerugian yang di derita oleh konsumen, selama berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen. Inilah bentuk upaya Pemerintah memberikan Perlindungan serta ruang Kepada Konsumen, jika mengalami kerugian baik Pelaku Usaha atau Konsumen, BPSK Siap Mengakomodir dan juga memberikan wadah untuk meyelesaikan sengketa tersebut, agar tidak menempuh sampai ke Pengadilan.”³²

“Upaya Hukum melalui pengadilan dan luar pengadilan tentu efektif dilakukan, semua sengketa konsumen bisa memanggil, di proses dan mengadili di BPSK selama para pihak sepakat, tetapi dalam permasalahan kasus yang terjadi dalam kasus ini, ada di lema tersendiri dalam permasalahan hukum karena ada unsur dominannya pidana (Penipuan) dan mengarah ke *Siber Crime*. Karena ada banyak faktor mengenai teknologi informasi tidak sesuai dilakukan oleh pelaku usaha, seperti pada umum nya adalah kendala pada akunnya palsu, alamat tidak diketahui dan tidak bisa lanjut ketahap pemeriksaan BPSK”.³³

“Berdasarkan keterangan yang di dapat dari Narasumber oleh Majelis BPSK Unsur Konsumen yaitu Bapak Daniel Heriantho Purba³⁴, bahwa BPSK Kota Bekasi belum pernah menerima pengaduan mengenai kasus tersebut, dimana pelaku usaha berada diluar negri. Tetapi dalam pengalaman diluar BPSK sebagai *Lawyer* upaya yang dilakukan meminta bantuan hukum serta konsultasi ke Pihak pengadilan, dan di kabulkan oleh Pengadilan untuk memanggil pihak yang bersangkutan. Apabila ada kerjasama dengan pihak Perusahaan Negara Indonesia, akan di panggil perwakilan dari cabangnya. Upaya yang dilakukan yaitu melakukan mediasi untuk dilakukan kerjasama untuk mempertanggung jawabkan atas perbuat pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian pada pihak konsumen.

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

³⁴ Data ini di peroleh melalui serangkaian wawancara dengan Bapak Daniel Herianto Purba, Selaku Majelis Unsur Konsumen BPSK Kota Bekasi.

Apabila menyangkut ada unsur kejahatan internasional upaya dilakukan yaitu melakukan kerjasama oleh Pihak Kepolisian dan Pihak Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI).³⁵

Melihat keterbatasan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam upaya mengungkapkan permasalahan hukum dalam transaksi belanja *Online*, maka perlu menjadi exitensi dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang seharusnya keberadaanya dapat membantu masyarakat dalam menyelesaikan sengketa yang timbul di bidang sosial ekonomi.

Kemudian penulis berpendapat bahwa adanya suatu hal yang dilihat dari beberapa kekurangan-kekurangan yang timbul dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Maka seharusnya ini menjadi titik fokus dari Pemerintah dalam segi hukum di Bidang perlindungan hukum dan melihat dari sisi sosial ekonomi. Jika tidak ada perubahan yang dibuat oleh pemerintah, maka Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen akan terus berjalan dengan kekurangan-kekurangan yang telah di ketahuinya, sehingga menimbulkan opini publik yang tidak mengenai Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

4.2.1. Analisis Penulis

Transaksi e-commerce dapat dilakukan antar negara. Bila terjadi sengketa, akan sulit ditentukan hukum negara mana yang akan dipakai. Pelaku usaha dapat berbentuk pelaku usaha di bidang pembuatan barang atau jasa, maupun di bidang pengedaran atau penjualan barang atau jasa sehingga yang menjadi lingkup atau ruang berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini hanyalah pelaku usaha yang bergerak di dalam wilayah hukum Republik Indonesia.

Sebagaimana telah diuraikan dalam pembahasan sebelumnya, dapat dilihat bahwa hubungan para pihak dalam transaksi bisnis melalui internet atau lebih dikenal dengan e-commerce sepatutnya tidak hanya melibatkan pihak pelaku usaha dan konsumen saja, melainkan juga pihak provider. Meskipun terdapat perjanjian pendukung lain demi

³⁵ *Ibid.*

kelancaran proses transaksi, namun yang lebih disorot disini adalah kedudukan masing-masing pihak, mencakup hak dan kewajibannya yang tercipta dari hubungan hukum dalam dunia internet tersebut. Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan juga konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud disini adalah mencakup aspek nasional dan internasional. Artinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan perikatan haruslah jelas dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan di bidang perlindungan konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional, atau harmonisasi hukum. Kepentingan para pihak yang berada pada yuridiksi negara yang berbeda pun tentunya akan menyulitkan untuk menentukan hukum negara mana yang berlaku karena suatu kebijakan yang mendasari adanya suatu transaksi internet harus konsisten dan dapat diberlakukan secara global, mengingat kedudukan para pihak yang tidak berada pada suatu yuridiksi negara tertentu saja. Masalah yang kemudian berkembang dari sisi pelaku usaha selaku penyedia barang dan atau jasa adalah perlindungan hak atas kekayaan intelektual melalui nama domain, juga perlindungan hukum atas persaingan curang. Sementara itu dari sisi konsumen, diperlukan suatu bentuk perlindungan konsumen yang dapat mengakomodasi berbagai hak yang dimiliki konsumen.

Pelaku usaha dapat berbentuk pelaku usaha di bidang pembuatan barang atau jasa, maupun di bidang pengedaran atau penjualan barang atau jasa sehingga yang menjadi lingkup atau ruang berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini hanyalah pelaku usaha yang bergerak di dalam wilayah hukum Republik Indonesia.

Pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia tergantung dari perjanjian antara para pihak. misalnya, menambahkan suatu klausula yang berbunyi “bahwa segala transaksi yang terjadi dengan Amazone.com berlaku *“The laws of State of Washington.”* Dengan demikian, konsumen yang berasal dari negara manapun yang melakukan transaksi dengan Amazon.com tunduk pada hukum negara bagian Washington. Oleh karena itu, jika gugatan ditujukan pada penjual yang ada di luar negeri, gugatan diajukan ke negara yang bersangkutan dengan menggunakan instrument hukum perdata internasional, seperti perjanjian atau yurisprudensi. Ketika sengketa terjadi antara warga

negara atau penduduk Indonesia dengan situs belanja online yang berada di Indonesia, contohnya situs transaksi jual-beli di *marketplace facebook*, tidak takan ada masalah karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku, serta adanya Undang-Undang Informasi dan Teknologi serta Undang-Undang Hak cipta. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum menjangkau *e-commerce* secara keseluruhan, tetapi untuk perusahaan yang jelas alamat dan keberadaannya, jika perusahaan tersebut melakukan wanprestasi, ia dapat tetap dituntut menurut hukum.

Kerangka yang mendasari adanya prinsip tanggung jawab pelaku usaha lebih mendapat penekanan dalam penelitian ini karena terkait dengan kedudukan hukum yang lemah dari pihak konsumen. Sesungguhnya perikatan yang terjadi di antara para pihak merupakan wujud dari ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 Jo. 1234 KUHPerdata, yaitu tiap-tiap perikatan lahir karena adanya persetujuan atau undang-undang, dan setiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu. Perikatan didalam suatu transaksi menimbulkan suatu janji bahwa satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemudian tidak mematuhi, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi. Bagian ini memahami konsep tanggung jawab yang dijalankan oleh para pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, tanggung jawab tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Tanggung jawab atas informasi Pemikiran mengenai hak konsumen atas informasi diawali pada era globalisasi, yaitu ketika sekat dan batas antarbangsa telah kabur. Informasi telah menjadi komoditas yang diperhitungkan konsumen karena sering menjadi korban akibat tidak bersikap kritis serta tidak mempertanyakan keadaan suatu informasi mengenai barang dan atau jasa yang telah dikonsumsi, padahal lengkap atau tidaknya informasi ikut menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi kepentingan konsumen dalam memilih barang. Standart umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli

barang sesuai dengan kebutuhannya dan kualitas barang, Pada hal tersebut dapat membantu produsen untuk menetapkan bentuk atau standart produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tentunya di sini prinsip *caveat venditor* memegang peranan penting di mana pelaku usaha harus dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dari produk-produk yang tidak aman. Jadi, pelaku usaha harus berhati-hati terhadap keluaran produk yang berasal dari industri yang dihasilkannya. Intinya yang paling penting adalah informasi harus terbebas dari manipulasi data. Sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 butir d yaitu, “Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi” ada tiga perbedaan bentuk tanggung jawab informasi di dalam transaksi di internet yaitu sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab informasi atas iklan di internet Ada beberapa alasan mengapa iklan sering digunakan oleh perusahaan barang maupun jasa dalam promosi. Iklan dianggap sebagai faktor yang sangat penting untuk menjangkau khalayak luas. Walaupun iklan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, namun bila dibandingkan dengan cara promosi lain, misalnya sales promotion, iklan dikatakan sebagai *cost effective* karena memang relative murah dan efektif. Pengertian tanggung jawab informasi pada iklan adalah bahwa penawaran yang dilakukan pelaku usaha terhadap produk berupa barang baik bergerak maupun tidak bergerak dan atau jasa harus memuat keterangan yang tidak menimbulkan salah interpretasi mengenai keadaan barang dan atau jasa tersebut. Tanggung jawab dalam memberikan keterangan suatu produk sepenuhnya harus mengacu pada beberapa asas umum kode etik periklanan.
- b. Tanggung jawab informasi atas kontrak elektronik Pengertian tanggung jawab informasi pada pembentukan kontrak elektronik adalah kewajiban dalam memberikan keterangan yang diberikan pihak pelaku usaha kepada konsumen untuk melakukan pengikatan pada tahapan transaksi yang akan menghasilkan hak dan kewajiban masing-masing pihak.
- c. Tanggung jawab informasi atas pilihan hukum Salah satu aspek hukum dalam transaksi di internet yang berkaitan dengan penelitian ini adalah informasi seputar penyelesaian sengketa bisnis. Masalah tersebut sering kali menjadi pemikiran yang rumit di antara para pihak pelaku usaha dengan konsumen yang berbeda wilayah hukum nya. Salah satu pernyataan kondisi yang harus ada di dalam bisnis di internet adalah mengenai yuridiksi serta pilihan hukum dan forum pengadilan mana yang akan memeriksa perkara bila sengketa terjadi. Yuridiksi adalah kekuasaan atau kompetensi hukum negara terhadap orang, benda atau peristiwa hukum. Jadi,

yuridiksi berkaitan dengan kecakapan dari suatu forum tertentu untuk mengadili suatu kasus atau mengatur sesuatu hal.

2. Tanggung jawab hukum atas produk Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada product liability atau pertanggungjawaban produk. *Product liability* adalah tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat menggunakan produk-produk yang dihasilkannya. Ketentuan ini terdapat di dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab atas memberikan kerugian

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam kekuatan hukum perjanjian di suatu layanan situs belanja *online* menurut KUHPERDATA adalah sah dan dapat diakui. Karena di dalam perjanjian situs *online* tersebut terdapat hal yang harus ada, yaitu harus ada perjanjian tertentu sebagaimana yang telah diatur di dalam pasal 1320 KUHPERDATA tentang syarat sahnya suatu perjanjian yaitu apabila di dalam perjanjian situs belanja *online* telah termuat kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Kemudian mengenai Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual *online* dalam hal terjadinya ada ketidaksesuaian dalam prosedur transaksi belanja *Online* yang terdapat di dalam *facebook*, yang dimana terdapat pasal 8 huruf A yang dimana perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha tidak memenuhi dengan standar yang dipersyaratkan dalam UUPK, namun pelaksanaannya Si Penjual melakukan ada ketidaksesuaian pada saat iklan atau pemasaran yang menyebabkan kerugian kerugian bagi pihak calon pembeli. Sehingga pada hal ini menyebabkan kerugian bagi konsumen yang melihat suatu iklan, akan tetapi tidak sesuai dengan faktanya.

5.1.2 Jika salah satu konsumen merasa dirugikan oleh pihak situs belanja *online*, contohnya di dalam situs belanja *online marketplace facebook* merupakan sebagai penyedia situs belanja *online* saja, sedangkan tanggung jawab kerugian yang dialami oleh konsumen merupakan tanggung jawab penjual barang yang terdaftar di situs belanja *online*. Namun dalam hal terjadinya ada ketidaksesuaian dalam prosedur transaksi belanja *Online* yang terdapat di dalam *facebook*, yang dimana terdapat pasal 8 huruf A yang dimana perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha tidak memenuhi dengan standar yang dipersyaratkan dalam UUPK, namun

pelaksanaanya Si Penjual melakukan ada ketidak sesuain pada saat iklan atau pemasaran yang menyebabkan kerugian kerugian bagi pihak calon pembeli. Sehingga pada hal ini menyebabkan kerugian bagi konsumen yang melihat suatu iklan, akan tetapi tidak sesuai dengan faktanya. Contohnya, jika ada permasalahan pada pembayaran baik pembayaran *elektronik* atau COD suatu barang yang dibeli oleh konsumen, setelah sudah dibayar oleh konsumen kemudian barang yang diinginkan atau yang sudah terbeli oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ada di iklankan atau di perdagangkan, maka jika pelaku usaha yang mempunyai etidak baik dan jujur serta bertanggung jawab akan mencari alternatif barang pengganti atau melakukan pengembalian dana sesuai dengan nilai uang yang telah dibayarkan oleh pembeli, dan untuk pembayaran COD jika tidak yakin dengan keadaan barang di kirimkan melalui pihak kurir, konsumen berhak untuk membatalkan transaksi dan mengembalikan ke pihak kurir.

- 5.1.3 Berhubungan dengan hasil wawancara pihak korban konsumen dan melakukan wawancara melalui BPSK Mengenai Upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen apabila dirugikan dalam transaksi jual beli *online* melalui media *Facebook*. Seperti kita ketahui bahwa UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan jasa harus dihindarkan dari aktifitas perdagangan pelaku usaha.

Salah satu bentuk konkret jika konsumen dirugikan dalam melakukan transaksi *Online*, UUPK telah memberikan alternatif ruang untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi *Online* yaitu melalui pengadilan dan diluar pengadilan. Dalam penyelesaiannya melalui pengadilan, hal ini tersebut telah diatur dalam pasal 45 ayat (1) UUPK yang mengatur bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum” Pasal 45 ayat (2) dan selanjutnya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diatur dalam pasal 47 UUPK

5.2 Saran

Saran yang penulis berikan dari hasil penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam terjadinya kasus dirugikan oleh pelaku usaha dengan tujuan agar terciptanya aturan yang jelas supaya dapat memberikan perlindungan hukum dan tentu mendukung penuh berbelanja secara *online* dengan menggunakan teknologi komunikasi yang kedepannya lebih mengedepankan *Metaverse* dengan penuh yakin Negara Indonesia akan lebih baik dan mendukung pemerintah yang akan datang, sehingga tercipta penerus generasi bangsa yang baik, maka:

1. Hendaknya kepada pemerintah membuat satu undang-undang yang mengatur secara jelas dan rinci tentang perjanjian elektornik, karena di era globalisasi sekarang ini sistem perjanjian elektronik semakin banyak jenisnya baik dari segi penipuan, penggelapan dalam belanja melalui sosial media *marketplace* sehingga dapat mengantisipasi terjadinya kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen dan membuat suatu undang-undang khusus yang mengatur tentang bentuk–bentuk perlindungan konsumen khusus konsumen yang menggunakan jasa online dalam memperoleh kebutuhannya.
2. Bagi Konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi *E-commerce*, mengingat antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling bertatap muka dan tidak saling mengenal, maka perlu di waspadaai jika ada tindakan kecurangan dari pelaku usaha, alangkah baik nya mengecek nomor pelaku usaha menggunakan aplikasi *Get Contact*. Oleh karena itu, perlu sikap teliti dan waspada dari konsumen dalam melakukan kesepakatan dalam transaksi Sosial *E-Commerce*.
3. Bagi pelaku usaha agar tidak melakukan tindakan wanprestasi guna memperoleh keuntungan yang berlebih. Dasar dalam membuka usaha sosial *ECommerce* adalah “Amanah dan Kepercayaan” (*Trust*) dari konsumen, oleh karena itu, pelayanan dengan kualitas yang tinggi serta etikad baik dalam melakukan usaha dalam *E-Commerce* sangat dibutuhkan untuk menunjang kesuksesan usaha dari pelaku usaha dari pelaku *E-commerce* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- A. H. 2019. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung: Nusa Media.
- A. Zein Umar Purba. 1992 “*Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan*”,
Majalah Hukum Dan Pembangunan, No. 4 Tahun XXII/Agustus.
- Abd Haris. 2017 *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Makasar: Sah Media.
- Abdul Halim Barkatullah. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan
Perkembangan Pemikiran)*, Bandung: Nusa Media.
- _____. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan
Perkembangan Pemikiran*, Bandung: Nusa Media, 2008.
- Ahmad Ali. 1996. *Menguak Tabir Hukum*. Jakarta: Chandra Pratama.
- Ahmad Miru Dan Sutarman Yudo. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:
Chandra Pratama.
- Ahmad Miru. 2004. *Hukm Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ahmad Miru. 2010. *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*. Jakarta: Raja Grafindo
Persada.
- _____. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*.
Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahmad Ramli. 2010. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung:
Refika Aditama
- Aulia Muthiah. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan
Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Az Nasution. 2006. *Hukum Perlindungan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit
Media.
- _____. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit
Media.
- Bachtiar. 2018. *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Bambang Iriana. 1991. *Ahli Bahasa*. Dj. Sinar Gratifika.
- Barbanand Sandage. 1968. *Reading in Advertising and Promotion Strategy USA*: Richard
D Irwin Inc.

- Burhan Ashsofa. 1998. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke ii. Jakarta: Rineka Cipta.
- Celine Tri Siwi Krisyanti.
- Cita Yutisia Serfiyani, DKK. 2013. *“Buku Pintar Bisnis Online Dan Transaksi Elektronik: Plus Tips Bijak Mendirikan Bisnis Online, Mengembangkan Bisnis Online, Belanja Online, Transaksi Online, Dan Menghindari Penipuan Online / Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D. Purnomo, Iswi Hariyani,”* Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cristina Coteanu, *cyber consumer law and unfir tranding practiscc*, ashgate, op.cit. London.
- David Oughton, Jho Lowry. 1997. *The Text Book On Consumer Law*, London: Black Stone Press Limited, 1997.
- Dominikus Rato, 2010. *Filsafat Hukum Mencari: Memahami dan Memahami Hukum*, Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Edmon Makarim. 2003. *Kompilasi Hukum Telematika.Op*, Jakarta: PT. Grafindo.
- Grolier dikutip dalam Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hlm. 13.
- Gunawan Widjaja Ahmad Yani. 2001. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Gunawan Widjaja Ahmad Yani. 2001. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Gustav Radbruch dalam Achmad Ali. 2002. *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*. Jakarta: Gunung Agung.
- Haris, Freddy. 2000. *“Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal”* Jakarta: Tnp.
- Pardomuan & Herrybertus Sukartono. 2009. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Krakatau.
- Ian Ramsay. 2003. *Consumer Redress and Acces too Justice*, op.cit.
- Inosentius, Samsul. 2004. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia.
- J.J.H. Bruggink, *“Rechts Reflectief”*, Terjemahan Arief Sidharta dalam *Refleksi Tentang Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Janus Sidabalok. 2014 *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya.

- Johnny Ibrahim. 2008. *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim. 2016. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Depok: Kencana.
- Khusbai Vibhute dan Filipos Aynalem. 2009. *Legal Research Method: Teaching Material, Prepared Under The Sponsorship Of The Justice And Legal System Research*, 2009.
- L.J. Van Apeldoorn. 1986. *Pengantar Ilmu Hukum, terjemahan Oetari Sadino*. Jakarta: radnya Paramita.
- Malcolm Leder, Peter Shears. 1996. *Frame Works Consumer Law, Fourth Edition*, London: Pitman Publishing.
- Meuwissen. 2008. *Tentang Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum, Dan Filsafat*, Terjemahan B. Arief Sidharta, Bandung: Reflika Aditama.
- Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad. 2010. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogtakarta: Pustaka Pelajar.
- Munir, Fuady. 2015. *Konsep Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- N.H.T. Siahaan. 2005. *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dalam Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Panta Rei.
- Nosentius Samsul. 2004. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nudirman Murnir, 2017 *Pengantar Hukum Siber Indonesia*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Peter Mahmud Marzuki. 2005. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana-Prenada Media Group.
- _____. 2007. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana-Prenada Media Group.
- _____. 2008. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group
- Philipus M. Hadjon, dkk. 2011. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Prof.Dr. H. Zainuddin Ali, M.A. 2007. *“Sosiologi Hukum”*. Jakarta: Sinar Grafika.
- R. Subekti. 1988. *Aspek-aspek Hukum Perikatan Nasional*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Rosmawati. 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Kencana.
- Salim. 2008. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Satjipto Rahardjo. 1986. *Ilmu Hukum*. Bandung: Alumni.
- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo.
- _____. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo.
- _____. 2006. *Moralitas Profesi Hukum: Suatu Tawaran Kerangka Berpikir*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soerjono Soekanto, 1988, *Efektivitas Hukum dan Penerapan Sanksi*, Bandung: CV. Ramadja Karya, hlm. 80.
- Soerjono Soekanto dalam Bachtiar. 2018. *Metode Penelitian Hukum*, Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Hukum*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Subekti dan Tjitrosudibio. 1996. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramitha.
- Sudikno Mertokusomo. 1996. *Penemuan Hukum Suatu Pengantar*, Jakarta: Liberty.
- _____. 1986. *Mengenal Hukum, Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. 2012 *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA.
- Suhrawadi k. Lubis dan Farid Wadji. 2014. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha*. 2002. *Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 1999 Pembukaan

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Republik Indonesia
Tentang Perlindungan Konsumen*

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU
No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*

*Peraturan Pemerintah Nomor. 80 Tahun 2019 Tentang Peraturan Perdagangan Melalui
Sistem Elektronik*

C. Jurnal

A. A., & D. G. (2021). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online melalui media facebook. *jurnal kertha negara*, 84-85.

A. H., Zamroni, & H. S. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam transaksi jual beli Online. *jurnal reformasi Hukum*, 21-22.

Abdul Karim Munthe, *Pengantar Perjanjian Baku Dalam Transaksi Bisnis Menurut Hukum Islam*, (AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah 15, no. 2, 2015), hlm. 211-220.

Auditya Herdana, (2010). “*Analisis Pengaruh Merek Brand awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance Studi Kasus Pada Pru Passion Agency Jakarta*”, Shim, T.A., hlm. 6.

Arsyad, Sanusi. 2010. *Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*, *Jurnal Hukum Bisnis*, 29 (1).

Devi, Komang Bulan TrinLaksmi dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, “*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersebut Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online*”, *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 1-5.

Erlinawati, Mira, and Widi Nugrahaningsih.” “Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online.” “*Serambi Hukum*” 11, no. 01 (2017): 27-40.

- Gibbs, Jennifer et al, "*Environment and Policy Factors Shaping Global E-Commerce Diffusion: A Cross-Country Comparison*", dalam *The Information Society: An International Journal*, Vol. 19(1), 2003, hlm. 5-18
- I Wayan anf Gde Wiryawan, "*Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)* I Wayan Gde Wiryawan," *Jurnal analisis Hukum* 4, no. 2 (28 September 2021), Universitas Udayana Bali, <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/JAH/article/view/3126>.
- KUHPerdata dan UNICTRAL, *Model Law On Electronic Commerce*, Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul Vol. 7, No., Desember 2011, hlm. 182-194
- Lestarini, Ni Made Dewi Intan, dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akkbat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Diinstagram.*" *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, No. 10, 2019, hlm. 6.
- Mayasari Sasmito, 2015. *Pemanfaatan Media Sossial Online*. Jurnal: Banyumas.
- Mustari, M., & Rahman, M. T. 2011. *Nilai Karakter: Refleksi untuk Pendidikan Karakter* (Vol. 1). Laksbang Pressindo. <http://digilib.uinsgd.ac.id/15114/> diakses pada tanggal 17 maret 2022
- Romy Rahmana, "*Studi Pemberlakuan Pasal-pasal yang terkait dengan periklanan Dalam Unndang-Undang Perlindungan Konsumen diIndonesia*", Tesis, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2002), hlm.18.
- Satria Trilaksana Akbar, "*Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Aplikasi Shopee,*" diakses pada 20 Desember 2021, pukul 22.30.v2.eprints.ums.ac.id, 2020, <http://v2.eprints.ums.ac.id/archive/etd/87878>. hlm 7
- Sukarni and Ydhi Tri Permono, "*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Secara Online,*" *Jurnal Hukum* 35, no. 1 (2019): 77-100, <https://doi.org/10.26532/jh.v35i1.11046>, hlm. 88.
- Widyantri, Ni Putu Trisna, And Aa Ngurah Wirasila. "*Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksesuaian Produk Pada Jual Beli Online*", *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, No. 8,2019, hlm. 11.

Wijaya, I. Gede Krisna Wahyu, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya, *“Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online.”* Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 6, No. 8, 2018, hlm. 6.

D. Sumber Lainnya

“Visa Memberikan Pengamanan Tambahan untuk Menunjang Pertumbuhan eCommerce” <https://www.visa.co.id/about-visa/newsroom/press-releases/nr-id-151208.html> Di akses pada tanggal 3 November 2021, Pukul 19:52 WIB

“Sederet Keuntungan Belanja Online, Lebih Praktis, Banyak Diskon, Hingga Transaksi Lebih Mudah” <https://m.tribunnews.com/amp/lifestyle/2020/10/13/sederet-keuntungan-belanja-online-lebih-praktis-banyak-diskon-hingga-transaksi-lebih-mudah> Di akses pada tanggal 3 November 2021, Pukul 20:00 WIB

“Asia Social Commerce Report 2018 yang dirilis oleh Marsyah Nabila dalam, Ecommerce VS Social Commerce_ Adu Kemudahan Berbelanja Online” https://CommercevsSocialCommerce_AduKemudahanBerbelanjaOnlineDailySocial.html Di akses pada tanggal 4 November 2021 Pukul 00.11 WIB

“Perkembangan Jumlah Pengguna Facebook Indonesia” <https://www.suara.com/tekno/2021/02/23/175736/jumlah-pengguna-facebook-indonesia-tembus-140-juta-di-2020> tahun 2020. Di akses pada tanggal 4 November Pukul 00.18 WIB

“Arti Logo Meta yang Gantikan Facebook dan Alasan Ganti Nama Baru - Berita DIY” <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/tekno/pr-702900614/arti-logo-meta-yang-gantikan-like-facebook-dan-alasan-ganti-nama-baru> Di akses pada tanggal 4 November 2021 Pukul 00:46 WIB

Indonesia Masuk Dalam Pengguna Facebook Terbanyak, Berdasarkan per2022” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/indonesia-masuk-daftar-pengguna-facebook-terbanyak-urutan-berapa> Diakses Pada tanggal 26 April 2022

“Tesis Hukum “Perlindungan Hukum <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> Di akses pada tanggal 5 november 2021 Pukul 05:24 WIB

Istilah Metaverse semakin populer diperbincangan berbagai belahan dunia” diakses dari https://m.liputan6.com/crypto/read/4883161/semakin-populer-apa-itu-metaverse?new_experience=art_insertion pada tanggal 7 Maret 2022

Erizka Permatasari, *“Ogah Bayar Pesanan Cash on Delivery (COD), Ini Hukumnya! - Klinik Hukumonline,”* www.HukumOnline.com, 2021, diakses pada 12 Maret 2022, pukul: 00.52 <https://www.hukumonline.com/klinik/a/ogah-bayar-pesanan-i-cash-on-delivery-i-cod-ini-hukumnya--lt60a78e8f5f1ca>

Facebook Rilis Marketplace untuk jual beli online <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/04/07360087/facebook.rilis.marketplace.untuk.jual.beli.online> Diakses Pada Tanggal 19 April 2022

Hukum Online *“Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-commerce”* diakses dari Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Belanja Online (<https://hukumonline.com>) pada tanggal 25 April 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Sanmanos Luciano Parulian Hutabarat
NPM : 201810115205
Tempat, Tanggal, Lahir : Bekasi, 01 Januari 2000
Agama : Kristen Protestan
Email : sanmanosluciano11@gmail.com
Nomor HP : 0813-8346-97405
Alamat : Jln. Musholahh Raya Gg. Masjid AL-Ikmah No. 180
Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi.

Riwayat Pendidikan Formal

2006-2012 SDN Duren Jaya XI
2012-2015 SMPN 3 Kota Bekasi
2015-2018 SMAS PGRI 1 Kota Bekasi
2018-2022 Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Pengalaman Organisasi

- Anggota PMR SMPN 3 Kota Bekasi
- Pengurus OSIS SMAS PGRI 1 Bekasi, Periode 2016-2018
- Keyboardist SMAS PGRI 1 Bekasi.

Pengalaman Kerja

Magang Kerja Kementerian Kelautan Dan Perikanan PSDKP Divisi Penanganan
Pelanggaran (3 Bulan)

