

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PERBEDAAN PRODUK YANG DITERIMA MELALUI E-COMMERCE

Cokorda Istri Anggitaputri Dwinandari, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: cokanggi3009@gmail.com

I Gusti Ngurah Dharma Laksana, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: dharma_laksana@unud.ac.id

ABSTRAK

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui Perlindungan Hukum terhadap konsumen terkait perbedaan produk yang diterima melalui e-commerce serta tanggung jawab dari pelaku usaha terhadap konsumen terkait produk palsu dalam transaksi jual beli melalui e-commerce. Penulisan ini menggunakan metode penelitian secara hukum normatif. Secara khusus perlindungan atas perbedaan produk yang diterima konsumen melalui e-commerce tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Apabila pelaku usaha terbukti lalai atas produk yang tidak sesuai dan/atau cacat yang diterima sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen jual beli melalui e-commerce pelaku usaha dapat dikenakan sanksi perdata dan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha juga dapat dimintai pertanggungjawaban dengan mengembalikan produk atau pengembalian uang jika ditemukan pada saat itu lalai dalam menyebabkan kerugian konsumen.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum Konsumen, Perbedaan Produk, e-commerce.*

ABSTRACT

The purpose of this writing is to find out legal protection for consumers regarding differences in products received through e-commerce and the responsibilities of business actors towards consumers regarding counterfeit products in buying and selling transactions through e-commerce. This writing uses normative legal research methods. In particular, protection for product differences received by consumers through e-commerce is contained in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Government Regulation Number 71 of 2019 concerning Implementation of Electronic Systems and Transactions. If the business actor is proven negligent over the product that is not suitable and/or defective received, causing losses to consumers buying and selling through e-commerce, the business actor may be subject to civil sanctions and criminal sanctions as stipulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Business actors can also be held liable by returning products or refunds if found at the time to be negligent in causing consumer losses.

Keywords: *Consumer Legal Protection, Differences in Goods, e-commerce.*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Semua sektor yang ada berubah dengan cepat seiring dengan perkembangan era globalisasi. Salah satunya adalah bidang perdagangan. Perdagangan adalah kegiatan yang diperlukan untuk kehidupan sosial. Berdasarkan Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan disebutkan: "Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi produk dan/atau jasa di dalam negeri dan

melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas produk dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi." Kegiatan komersial di Indonesia telah berkembang dalam berbagai hal, salah satunya dengan adanya transaksi komersial melalui internet. Penggunaan internet untuk kegiatan perdagangan dan jual beli yang lazim disebut dengan perdagangan/transaksi elektronik (e-commerce). Penggunaan e-commerce kini diakui penting terbukti dengan semakin banyaknya pengusaha dan pedagang yang menggunakan e-commerce dalam aktivitas jual belinya.¹

Saat ini banyak sekali produk merek asing yang beredar di Indonesia, dan dengan adanya fungsi pemesanan online ini maka konsumen dapat dengan mudah membeli produk yang diinginkan dari luar kota maupun negeri.² Namun, beberapa konsumen kurang berhati-hati saat berbelanja online pada e-commerce, sehingga saat menerima produk yang dibeli tidak sesuai dengan keinginannya dan pada akhirnya konsumen tersebut mengalami kerugian. Umumnya konsumen akan membeli produk melalui e-commerce karena harga yang ditawarkan cenderung lebih murah. Adanya perdagangan/transaksi elektronik membawa berbagai kemudahan dan kesenangan bagi konsumen. Salah satu contoh dari dampak positifnya adalah memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, menghemat uang dan waktu, terutama di masa pandemi Covid-19 saat ini. Selain itu, e-commerce memiliki sifat uniknya tersendiri, hal tersebut dapat dilihat melalui cara transaksi jual beli dilakukan pada e-commerce, yaitu jarak yang tidak harus dihadapi para pihak yang bertransaksi secara tatap muka.³ Namun selain itu, fakta bahwa penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung dapat meningkatkan potensi penipuan konsumen.⁴ Untuk mempromosikan produknya, para pebisnis e-commerce biasanya memposting gambar produk mereka sebagai iklan atau deskripsi dari produk yang mereka jual. Tentunya foto yang dipasang harus asli agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ada. Sayangnya, produk yang sampai di tangan konsumen seringkali tidak sesuai dengan yang ditampilkan di foto. Produsen memanfaatkan keinginan dari pembeli akan kemudahan pembelian barang sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan adanya teknologi canggih membuat penampakan barang menjadi lebih bagus dan indah. Dari hal tersebut memicu timbulnya kecurangan-kecurangan dari adanya persaingan dalam usaha yang curang, sehingga berdampak negatif bagi konsumen.⁵ Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian.⁶ Seperti

¹ Maulana, Shabur Miftah, Et Al. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29, No. 1. (2015)

² Sihotang, Ryan Samuel. *Analisis Yuridis Pertanggungjawaban Provider Jual Beli Online Atas Penjualan Barang-Barang Palsu*. Diss. Universitas Sumatera Utara, 2019..

³ Berata, Bagus Made Bama Anandika, and IGN Parikesit Widiatedja. "Perlindungan Hukum terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara Hit and Run." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, no. 3 (2016).

⁴ Khotimah, Cindy Aulia and Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)". *Business Law Review* 1, no. 2 (2016)

⁵ Sanjaya, Gde Nanda Radithya Kresnantara; Budiarta, I Nyoman Putu & Ujjanti, Ni Made Puspasutari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.Id Bali)", *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 3, No. 2, 2022

⁶ Putra, Setia. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 4, No. 2, (2014)

misalnya, saat ini dalam transaksi perdagangan elektronik atau transaksi pada e-commerce banyak terjadi adanya perbedaan antara apa yang dipesan dan apa yang diterima oleh konsumen.⁷

Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.⁸ Ketika seorang konsumen mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk produk atau jasa, semua konsumen ingin puas dengan produk tersebut, aman bagi kesehatan, produk yang dibeli memadai dan juga sesuai dengan keinginannya baik kualitas maupun harga, konsumen tahu cara menggunakan produk yang dibeli, Produk yang dibeli memiliki garansi atau tidak. Namun, kenyataannya seringkali mereka tidak mendapatkan apa yang mereka harapkan secara optimal, dan akibatnya mereka berada pada posisi yang kurang menguntungkan atau menimbulkan rasa kerugian bagi mereka. Ada akibat hukum sebagai akibat dari meningkatnya jumlah individu dan bisnis yang menggunakan e-commerce untuk membeli dan menjual produk dan jasa. Akibatnya yaitu, pemerintah memberlakukan undang-undang perlindungan konsumen untuk melindungi konsumen/pelanggan yang merasa dirugikan.

Akan tetapi, dari beberapa studi-studi tersebut seperti pada penelitian milik Mira Widiartary & Putu Devi Yustisia Utami yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Barang Palsu Dengan Bundling Secara E-Commerce" dan penelitian milik Gde Nanda Radithya Kresnantara Sanjaya, I Nyoman Putu Budiarta & Ni Made Puspasutari Ujianti yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridewear.Id Bali)" memiliki tujuan dan hasil yang berbeda. Dalam penulisan jurnal ini lebih berfokus pada pemberian perlindungan hukum kepada konsumen yang dirugikan karena kecurangan/ketidak jujuran pelaku usaha. Akibatnya, konsumen yang paling dirugikan dalam jual beli e-commerce online harus dilindungi secara hukum oleh aturan dan kepastian hukum. Konsumen, pelaku bisnis, hukum penegakan hukum, dan pemerintah, diharapkan dapat mengambil manfaat dari adanya penelitian tentang perlindungan hukum konsumen dalam distribusi barang yang diperoleh melalui e-commerce dan memastikan bahwa perbedaan produk tidak lagi menjadi masalah. Maka berdasarkan hal ini penulis tertarik untuk menulis penelitian jurnal ilmiah yang berjudul "**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PERBEDAAN PRODUK YANG DITERIMA MELALUI E-COMMERCE**"

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah Perlindungan Hukum terhadap konsumen terkait transaksi jual-beli melalui e-commerce terhadap perbedaan produk yang diterima di Indonesia?
2. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang mendapatkan produk tidak sesuai dengan yang dipesan?

⁷ Ratna P, Ni Nyoman Nadia, dan Dharmawan, Ni Ketut Supasti, Pelanggaran Merek Terkenal Melalui Jual Beli Produk di Media Jejaring Sosial Facebook, Kertha Semaya, Vol. 01, No. 01, Januari 2013, hal. 2

⁸ Az Nasution, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 37

1.3. Tujuan Penulisan

Dalam penelitian karya ilmiah memiliki tujuan dan maksud yang dapat dilihat dari tujuan dari penelitian hukum yaitu mendapatkan pengetahuan dari kaedah-kaedah hukum yang terdapat pada suatu peraturan perundang-undangan.⁹ Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah disebutkan maka adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui Perlindungan Hukum terhadap konsumen terkait perbedaan produk yang diterima melalui e-commerce serta tanggung jawab dari pelaku usaha terhadap konsumen terkait produk palsu dalam transaksi jual beli melalui e-commerce.

2. Metode Penelitian

Penulisan jurnal ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma. Sistem norma yang dibangun adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundangan, putusan pengadilan, perjanjian, serta doktrin (ajaran).¹⁰ Menurut Johnny Ibrahim, penelitian hukum normatif adalah suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemupakan kebenaran berdasarkan logika keilmuan dari sisi normatifnya. Sisi normatif disini tidak sebatas pada peraturan perundang-undangan saja. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Peter Mahmud, penelitian hukum adalah penelitian normatif namun bukan hanya meneliti hukum positivis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce Terhadap Perbedaan Produk yang diterima di Indonesia

Sebagaimana telah disampaikan sebelumnya, bahwa perkembangan globalisasi memberikan dampak yang cukup signifikan, salah satunya dengan adanya kegiatan jual beli lewat e-commerce. Secara singkat dapat dideskripsikan, bahwa E-commerce adalah suatu bentuk bisnis modern melalui sarana internet.¹¹ Perbuatan hukum di bidang perdagangan (jual beli) atau kegiatan yang terkait transaksi barang dan/atau jasa dengan maksud mengalihkan hak atas barang dan/atau jasa tersebut untuk memperoleh ganti rugi atau ganti rugi itulah yang merupakan e-commerce yang merupakan komponen dari transaksi elektronik. Pada Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang dimaksud dengan "transaksi elektronik" adalah perdagangan atau usaha yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik. Ketentuan perjanjian antara para pihak tetap berlaku pada saat transaksi perdagangan dilakukan melalui media elektronik. Menurut ketentuan Pasal 20 ayat (1) UU ITE, para pihak yang bertransaksi elektronik telah mencapai kesepakatan ketika penerima telah menerima penawaran transaksi yang dikirimkan oleh pengirim. Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 19

⁹ Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, (Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta, 2015). 49

¹⁰ Fajar, Mukti dan Achmad, Yulianto Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris, Cetakan IV, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2017 hlm.33

¹¹ Perdana, Andre Pebrian. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online di Instagram." *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan* 9.02 (2021): 177-177.

Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mendefinisikan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Transaksi bisnis elektronik atau e-commerce setara dengan pertukaran perdagangan biasa yang dilakukan sehari-hari namun melalui web/internet dan bisnis internet memiliki cara tersendiri dalam berbisnis, misalnya Jarak yang jauh dimana para pihak tidak perlu bertemu langsung dan para pihak tidak perlu melakukan bisnis secara langsung.

Dalam berbelanja melalui e-commerce ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dan diketahui oleh pembeli atau konsumen yaitu:¹²

a. Masa pra-transaksi (Sebelum melakukan transaksi)

Saat ini konsumen dari e-commerce perlu mengetahui informasi sebanyak mungkin, sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk tersebut secara online atau melalui e-commerce. Hal ini sangat penting, karena jika suatu saat konsumen tersebut mengalami kendala terhadap produk yang dibelinya dapat lebih mudah untuk mengajukan pengaduan. Informasi yang biasanya perlu diketahui oleh konsumen tersebut adalah seperti: kepastian harga, mekanisme jual beli, jenis klasifikasi produk ataupun juga masalah ketepatan waktu pengiriman.

b. Masa pasca transaksi (Saat melakukan transaksi)

Ada beberapa hal yang seharusnya dilakukan oleh konsumen yang berbelanja melalui e-commerce yaitu mengecek kembali produk yang dibeli melalui e-commerce tersebut saat diterima, seperti mengenai masalah garansi produk yang dibeli apakah memiliki garansi, serta beberapa hal yang termasuk dalam jaminan garansi juga sampai kapan masa garansi tersebut berlaku.

Pasal 10 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sendiri merupakan peraturan perundang-undangan tentang perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. E-commerce umumnya dipandang sebagai transaksi penjualan yang melibatkan dua pihak yaitu: penjual dan konsumen. Konsumen berhak menerima barang atau jasa yang dijual persis seperti yang dijelaskan atau diiklankan oleh Penjual. Jika ternyata produk yang diterima tidak sesuai dengan penawaran, maka konsumen merasa dirugikan dan berhak menuntut untuk mengembalikan produk untuk pengembalian dana atau sebaliknya, termasuk dengan cara yang sah yaitu melalui jalur hukum.

Seperti yang sudah ditegaskan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa hak konsumen meliputi:

- a. hak untuk merasa aman, tenteram, dan nyaman dalam menggunakan barang atau jasa;
- b. hak untuk memilih produk dan/atau jasa serta mendapatkan produk dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang akurat, lugas, dan benar tentang syarat dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar ketika mereka memiliki pertanyaan atau kekhawatiran tentang produk atau layanan yang mereka gunakan;

¹² Wariati, Ambar dan Susanti, Nani Irma. "E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 1, No. 2 (2014)

- e. hak atas perwakilan, keamanan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang layak;
- f. hak atas pendidikan dan bimbingan konsumen;
- g. hak untuk mendapatkan perlakuan atau dilayani secara adil dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak atas ganti rugi, penggantian, atau keduanya dalam hal barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak diberikan secara layak;
- i. hak yang diatur oleh peraturan perundang-undangan lainnya.

Masalah lain yang sering muncul adalah pelaku usaha sering kali tidak memenuhi janji awal mengenai kualitas produk yang dipesan, dan waktu pengiriman produk yang sering tidak sesuai harapan.¹³ Apabila konsumen merasa dirugikan, konsumen berhak mendapatkan ganti rugi untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak karena adanya penggunaan barang yang tidak memenuhi harapan konsumen akibat kelalaian yang disebabkan oleh pelaku usaha.¹⁴ Perlindungan konsumen merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat.¹⁵ Berdasarkan uraian di atas, konsumen berhak untuk mendapatkan perlindungan serta ganti rugi jika menerima produk atau barang yang tidak sesuai dengan yang dipesan. Jenis dan jumlah dari ganti kerugian itu tentu saja ditentukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas kesepakatan dari masing-masing pihak yang terlibat.¹⁶ Hal ini ditegaskan dalam Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, yang dapat berupa ganti rugi dan/atau penggantian barang atau barang dan jasa, sesuai dengan kesepakatan. Dalam Hukum perlindungan konsumen, imbalan atas kerugian yang dialami konsumen karena produk yang tidak sesuai dengan perjanjian adalah hak dasar pembeli karena hak untuk ganti rugi memiliki sifat yang universal terlepas dari hak penting lainnya. Konsumen telah menderita karena kerugian, kehilangan, atau cedera, dan ganti rugi adalah sesuatu yang diberikan atau diterima dalam jumlah yang sama dengan yang diperjanjikan. Pada hakekatnya, ganti rugi atas kerugian konsumen berfungsi untuk :¹⁷

- a. Hak yang telah dilanggar dikembalikan;
- b. Kompensasi atas kerugian material dan immaterial yang terjadi;
- c. Mengembalikan ke kondisi semula; Konsumen dapat menggugat secara perdata penjual atas wanprestasi atas transaksi jual beli, selain menerima ganti rugi.

¹³Anggreni, Ida Ayu Made Aristya. "Perlindungan Hukum Pada Konsumen Atas Kerugian Dalam Transaksi Perdagangan Produk Elektronik (E-Commerce) Di Instagram", Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum, Vol 6, No. 4 (2018)

¹⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2015, Hukum Perlindungan Konsumen, cet.IX, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, h.44

¹⁵ Theda, Richard Revel Wijaya, I. Made Sarjana, and Ida Bagus Putu Utama. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kelalaian Pelaku Usaha Jasa Laundry Di Denpasar Utara." Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, Vol. 7 No. 7 (2019): 1-15.

¹⁶ Natih, Dita Dhaamya, and Ni Made Ari Yuliantini Griadhi. "Perlindungan Konsumen terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online." Kertha Negara 7.1 (2019): 1-21.

¹⁷ Tarigan, Juwita Antasari "Tinjauan Yuridis Mengenai Pertanggungjawaban Terhadap Produk Elektronik Yang Cacat Pada Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada UD TRG Computer Bandung)". JURNAL CIVIL LAW USU. VOL 2, NO4 (2019)

Menurut Prof. R.Subekti, S.H. wanprestasi adalah suatu bentuk dari kelalaian atau kecerobohan yang bisa berbentuk 4 jenis kondisi, yaitu :¹⁸

- a) Tidak memenuhi janjinya;
- b) Melakukan janjinya, tetapi tidak seperti yang dijanjikan;
- c) Menepati janjinya tetapi tidak tepat waktu;
- d) Menjalankan sesuatu yang bertentangan dengan syarat-syarat perjanjian.

Pasal 48 ayat 3 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik secara khusus mengatur bahwa pelaku usaha harus memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila melanggar kesepakatan atau mengandung cacat yang tidak diketahui. Jika konsumen merasa ditipu oleh produk yang ditawarkan oleh penjual karena tidak sesuai, mereka dapat mengajukan pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di kota maupun kabupaten sebagaimana hal tersebut telah diatur pada UUPK. Kompensasi kepada pelanggan dapat diberikan hingga Rp.200 juta jika tuduhan itu terbukti. Selain itu, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang didirikan oleh negara secara langsung akan menjadi saluran bagi konsumen untuk mengambil tindakan hukum jika merasa ditipu oleh penjual karena produk yang diterima tidak sesuai. BPKN juga memberikan saran dan masukan kepada pemerintah tentang bagaimana menata kembali regulasi untuk melayani konsumen dengan lebih baik. Selain itu, semua pemangku kepentingan harus bekerja sama untuk menghentikan meningkatnya jumlah kasus kerugian yang dialami pelanggan. Saat menyaring dan memilih tenant, penanggung jawab e-commerce perdagangan perlu lebih berhati-hati. Pembeli harus berbelanja dengan bijak, membaca semua deskripsi, membaca ulasan dari pelanggan sebelumnya, dan tidak hanya mengandalkan gambar. Untuk menjamin keamanan dan keselamatan pelanggan, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi harus segera diratifikasi oleh pemerintah Indonesia.

3.2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Mendapatkan Produk Tidak Sesuai Dengan Yang Dipesan

Dalam dunia bisnis, pembeli sering disebut sebagai raja karena mendapatkan apa yang diinginkannya, terutama dalam hal membeli barang atau jasa yang diiklankan dalam promosi penjualan, termasuk juga transaksi melalui e-commerce. Hak konsumen kedua, yaitu hak konsumen untuk memiliki barang dan jasa sesuai dengan syarat atau jaminan yang dijanjikan, telah dilanggar jika konsumen menerima produk yang tidak sesuai dengan penawaran dan pesanan. Tentu saja, konsumen berhak menuntut penjual atas kerugiannya. Akibatnya, penjual harus sepenuhnya menggunakan haknya untuk memenuhi tanggung jawabnya kepada pelanggan sebagai pelaku usaha.

Pada Intinya, semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik berbagi tanggung jawab.¹⁹ Bagian dari kewajiban yang mengikat dalam kegiatan menjalankan bisnis mereka adalah akuntabilitas pelaku usaha/bisnis untuk kebaikan yang sesuai. Menurut Pasal 7 UUPK, pelaku bisnis wajib untuk:

- a. berkinerja dengan baik dalam pengaturan bisnis;

¹⁸ Hukum Online, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Belanja Online", <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/1t50bf69280b1ee/perlindungan-konsumen-dala-ecommerce/>,

¹⁹ Indah Puspita, Made, "Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Online", Kertha Semaya : Jurnal. Ilmu Hukum, Vol. 2, No. 3 (2014).

- b. memberi penjelasan tentang penggunaan, perbandingan, dan pemeliharaan, serta memberi informasi yang akurat dan transparan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- c. tidak memilih-milih konsumen atau mendiskriminasi siapa pun saat melayani atau merawat konsumen;
- d. menjamin mutu produk dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu produk dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberikan jaminan dan/atau garansi untuk barang yang diproduksi dan/atau yang diperdagangkan, serta memberikan peluang bagi konsumen untuk menguji barang dan/atau jasa tertentu;
- f. memberikan kompensasi, penggantian, atau ganti rugi atas kerugian yang terjadi sebagai akibat dari penggunaan, penggunaan, dan pemanfaatan barang dan jasa yang diperdagangkan;
- g. memberikan kompensasi, penggantian, atau ganti rugi jika barang atau jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan perjanjian.

Lebih jelasnya, pada pasal 8 UUPK menyebutkan bahwa pelaku usaha tidak boleh memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan spesifikasi barang (label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan produk/jasa) yang tercantum dalam iklan atau foto berbeda dari barang yang diterima. Kemudian, sesuai dengan Pasal 4 huruf h dari UUPK, pelanggan berhak atas kompensasi, pengganti Layanan yang diterima tidak sesuai dengan janji atau tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya. Sementara itu, apabila produk atau jasa yang diterima cacat, pelaku usaha wajib mengganti kerugian, mengganti kerugian, atau memberikan penggantian sesuai dengan Pasal 7 huruf g UUPK.

Berdasarkan Pasal 62 dari UUPK, yang menyatakan bahwa pelaku usaha/bisnis dapat dihukum jika pelaku usaha memenuhi kewajiban mereka yaitu: "Pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan e, ayat 2, dan Pasal 18 dipidana dengan sanksi pidana maksimal lima tahun penjara atau denda paling banyak dua miliar rupiah (Rp. 2.000.000.000.000,00)."

Kewajiban Produk adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kelompok pertanggungjawaban pelaku usaha/bisnis ini. Istilah "kewajiban produk" mengacu pada tanggung jawab hukum orang atau entitas yang memproduksi produk ("produsen" atau "manufacturer"), sebagai lawan dari "Prosesor" atau "assembler" yang mendistribusikan suatu produk ("penjual" atau "distributor"). UUPK telah mengadopsi tanggung jawab produk, yang mengalihkan beban pembuktian unsur kesalahan dari konsumen kepada pelaku usaha dan menggunakan tanggung jawab mutlak sebagai penyimpangan dari tanggung jawab.

Pelaku usaha/bisnis harus bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen sebagai akibat dari implementasi kewajiban produk di UUPK. Konsumen tidak lagi dibebani oleh keberadaan kewajiban produk untuk mendapatkan kompensasi untuk unsur kesalahan, tetapi sebaliknya oleh pelaku usaha/bisnis untuk menunjukkan kepolosan mereka (bukti terbalik). Ini dinyatakan dalam Pasal 28 UUPK, yang menegaskan kembali bahwa beban dan tanggung jawab untuk membuktikan ada atau tidak adanya kesalahan dalam klaim kompensasi yang diuraikan dalam Pasal 19 dari tersebut UUPK jatuh pada pelaku usaha/bisnis (produsen). Artikel 19 dan Pasal 23 UUPK memberikan deskripsi sistem tanggung jawab konsumen untuk pelaku

usaha/bisnis. Sederhananya, pelaku usaha/bisnis dapat dikenakan sanksi sipil berdasarkan Pasal 19 UUPK:

- (1) pelaku usaha/bisnis memiliki tanggung jawab untuk memberikan kompensasi kepada konsumen yang menderita kerusakan, kerugian, atau pencemaran akibat mengkonsumsi atau memakai produk dan/atau jasa diproduksi atau diperdagangkan.
- (2) sesuai dengan ketentuan undang -undang dan peraturan yang berlaku, kompensasi dapat disediakan dalam bentuk penggantian, penggantian barang dan/atau jasa bernilai yang sebanding atau sama, perawatan kesehatan, atau keduanya.
- (3) kompensasi dibayarkan dalam masa tenggang tujuh (tujuh) hari sejak tanggal transaksi.
- (4) pemberian kompensasi sesuai dengan paragraf (1) dan (2) tidak sepenuhnya menghilangkan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan bukti tambahan dari unsur kesalahan.
- (5) Jika pelaku usaha/bisnis dapat menunjukkan bahwa kesalahan itu disebabkan oleh konsumen, ketentuan yang disebutkan dalam paragraf (1) dan (2) tidak berlaku.

Ketentuan tersebut kemudian dikembangkan pada Pasal 23 UUPK yang menyatakan: "Konsumen dapat menggugat pelaku usaha yang menolak dan/atau memberikan tanggapan dan/atau tidak memenuhi kompensasi untuk Tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 paragraf (1), (2), (3), dan (4) pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau badan peradilan di tempat kedudukan konsumen."

Menurut Pasal 62 paragraf (1) dan (2) UUPK, selain sanksi perdata, UUPK juga mengatur sanksi pidana, yang meliputi yang berikut:

- (1) Hukuman maksimum lima tahun penjara atau denda Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) dikenakan pada pelaku usaha/bisnis yang melanggar ketentuan yang disebutkan dalam Pasal 8, 9, 10, Pasal 13 Paragraf (2), Pasal 15, Pasal 17 paragraf (1) Surat A, B, C, dan E, dan Pasal 18.
- (2) Pelaku usaha/bisnis yang melanggar Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13, Paragraf 1, Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 Paragraf 1, Surat D dan F, dikenakan hukuman maksimum dua tahun penjara atau denda paling banyak lima ratus juta rupiah (Rp. 500.000.000,00).

Jika ditetapkan bahwa pelaku usaha/bisnis bertindak lalai, sehingga konsumen menerima produk yang tidak sesuai ataupun cacat maka ganti rugi atau pertanggungjawaban yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain :

- a. Barang yang kembali (retur)
Barang yang cacat dan/atau tidak sesuai dapat dikembalikan kepada pelaku usaha/bisnis, konsumen kemudian akan diganti dengan barang baru yang sebanding dengan yang asli, dan dipastikan agar tidak ada kecacatan pada produk, serta biaya pengembalian produk akan ditanggung oleh pelaku usaha itu sendiri.
- b. Pengembalian Uang/Dana (refund)
Barang yang dikembalikan oleh pelanggan ke pelaku usaha/bisnis, kemudian akan dikompensasikan dalam jumlah harga produk tersebut dan kerugian barang yang timbul sebagai akibat dari biaya pengiriman sebelumnya yang ditanggung oleh konsumen.

4. Kesimpulan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah mengatur e-commerce sebagai salah satu komponen transaksi elektronik. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik secara khusus menjaga perlindungan konsumen atas transaksi e-commerce. Tidak terpenuhinya hak konsumen akibat perbedaan produk yang diterima tercermin dalam perlindungan ini. Pelaku usaha dapat menghadapi sanksi perdata dan pidana jika menerima produk cacat yang merugikan konsumen yang melakukan jual beli secara online. Pasal 19 dan Pasal 23 UUPK seharusnya memuat sanksi perdata masing-masing berupa kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian. Sedangkan menurut Pasal 62 ayat 1 dan 2 UUPK, sanksi pidana berupa denda dan penjara. Pelaku usaha kemudian dapat dimintai pertanggungjawaban dengan mengembalikan produk atau pengembalian uang jika ditemukan pada saat itu lalai dalam menyebabkan kerugian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2015, Hukum Perlindungan Konsumen, cet. IX, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, h.44
- Az Nasution, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 37
- Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, (Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta, 2015). 49
- Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad, Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris, Cetakan IV, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2017 hlm.33

Artikel:

- Hukum Online, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Belanja Online", <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt50bf69280b1ee/perindungan-konsumen-dala-ecommerce/>, diakses pada 10 Agustus 2022 pukul 19.35 WITA.

Jurnal:

- Anggreni, Ida Ayu Made Aristya. "Perlindungan Hukum Pada Konsumen Atas Kerugian Dalam Transaksi Perdagangan Produk Elektronik (E-Commerce) Di Instagram", *Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 6, No. 4 (2018)
- Berata, Bagus Made Bama Anandika, and IGN Parikesit Widiatedja. "Perlindungan Hukum terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara Hit and Run." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, no. 3 (2016).
- Indah Puspita, Made, "Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Online", *Kertha Semaya : Jurnal. Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 3 (2014).
- Khotimah, Cindy Aulia and Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)". *Business Law Review* 1, no. 2 (2016)

- Maulana, Shabur Miftah, Et Al. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29, No. 1.(2015)
- Natih, Dita Dhaamya, and Ni Made Ari Yuliantini Griadhi. "Perlindungan Konsumen terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online." *Kertha Negara*. Vol.7, No. 1 (2019): 1-21.
- Perdana, Andre Pebrian. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online di Instagram." *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan* 9.02 (2021): 177-177.
- Putra, Setia. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 4, No. 2, (2014)
- Ratna, Ni Nyoman Nadia dan Dharmawan, Ni Ketut Supasti 2013, Pelanggaran Merek Terkenal Melalui Jual Beli Produk di Media Jejaring Sosial *Facebook*, *Kertha Semaya*, Vol. 01, No. 01, Januari 2013, hal. 2
- Sanjaya, Gde Nanda Radithya Kresnantara, I. Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus pada Toko Stridewear. Id Bali)." *Jurnal Interpretasi Hukum*. Vol.3. No. 2 (2022): 332-338.
- Shabur Miftah Maulana, Heru, and Susilo Riyadi. "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29 No. 1 (2015): 2
- Tarigan, Juwita Antasari "Tinjauan Yuridis Mengenai Pertanggungjawaban Terhadap Produk Elektronik Yang Cacat Pada Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada UD TRG Computer Bandung)". *JURNAL CIVIL LAW USU*. VOL 2, NO 4 (2019)
- Theda, Richard Revel Wijaya, I. Made Sarjana, and Ida Bagus Putu Utama. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kelalaian Pelaku Usaha Jasa Laundry Di Denpasar Utara." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, Vol. 7 No. 7 (2019): 1-15.
- Wariati, Ambar dan Nani Irma Susanti. "E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 1, No. 2 (2014)

Peraturan Perundang-Undangan:

- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.