

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JUAL BELI ONLINE TERKAIT BARANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN

Komang Sanjiwani Puteri Mawarni, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: sanjiwaniputri15@gmail.com

Ayu Putu Laksmi Danyathi, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: laksmi_danyathi@unud.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2024.v12.i07.p25>

ABSTRAK

Tujuan dari penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online (e-commerce) serta akibat hukum yang didapat ketika barang tidak sesuai dengan foto pada iklan produk. Studi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan maupun doktrin yang ada dalam ilmu hukum. Hasil penulisan karya ilmiah ini menunjukkan bahwa perlindungan hak-hak konsumen dan larangan memperjualbelikan barang yang tidak sesuai dengan iklan produk telah diatur dalam beberapa peraturan, diantaranya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Etika Pariwara Indonesia (EPI), Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS, dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Apabila barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan iklan, maka dapat disebut dengan wanprestasi, maka dapat dikenakan sanksi administratif berupa ganti rugi, dapat dipidana penjara paling lama 6 (enam) tahun, dan dikenakan denda paling banyak sebesar Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Dengan ketentuan-ketentuan tersebut, diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam memperoleh pertanggungjawaban atas kerugian dari membeli barang yang tidak sesuai dengan iklan. Keterlibatan pemerintah dan kesadaran pihak pelaku usaha merupakan kunci utama agar kejadian ketidaksesuaian barang dengan foto pada iklan produk tidak terus menerus terulang dalam transaksi jual beli online.

Kata Kunci: Konsumen, Transaksi Online, Perlindungan Hukum

ABSTRACT

The purpose of writing this scientific work is to understand the legal protection for consumers in online buying and selling transactions (e-commerce) as well as the legal consequences when goods do not match the photo in the product advertisement. This study uses normative legal research methods with an approach to legislation and doctrines in legal science. The results of this scientific work show that the protection of consumer rights and the prohibition of selling goods that do not match the product advertisement have been regulated in several regulations, including Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Indonesian Advertising Ethics (EPI), Law Number 32 of 2002 concerning Broadcasting, Law Number 40 of 1999 concerning the Press, and Law Number 18 of 2012 concerning Food. If the goods sold do not match the advertisement, it can be considered as breach of contract, thus subject to administrative sanctions in the form of compensation, imprisonment for a maximum of 6 (six) years, and a fine of up to Rp 1,000,000,000.00 (one billion Indonesian Rupiah). With these provisions, it is hoped that they can be used as guidelines in obtaining accountability for losses from purchasing goods that do not match the advertisement. Government involvement and the awareness of business actors are key factors to prevent the recurrence of mismatches between goods and photos in product advertisements in online buying and selling transactions.

Key Words: Consumers, Online Transactions, Legal Protection

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya teknologi, kita dituntut agar dapat beradaptasi dengan segala sesuatu yang lebih efisien (tidak membuang waktu serta tenaga) serta efektif. Dalam hal ini internet yang membawa perekonomian di Indonesia memulai babak baru dengan adanya *digital economic* atau ekonomi digital. Terlihat dari maraknya kegiatan perekonomian di Indonesia maupun luar negeri yang memanfaatkan internet secara maksimal sebagai wadah maupun media untuk berkomunikasi dalam memasarkan serta memperdagangkan barangnya. Transaksi jual beli *online* yang selanjutnya disebut (*e-commerce*) ini memberikan banyak kemudahan bagi para pembeli atau konsumen dalam melakukan aktivitas penjualan maupun pembelian barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan masing-masing. *E-commerce* banyak merubah pandangan bisnis klasik dengan memunculkan interaksi diantara produsen dengan konsumen dalam dunia *online* atau virtual.

Semua bentuk kesepakatan perdagangan jual beli barang maupun jasa melalui barang elektronik disebut dengan *e-commerce*. Berubahnya perilaku masyarakat dalam hal ini konsumen, menjadi lebih konsumtif serta selektif dalam memilih barang maupun jasa yang akan dibeli merupakan salah satu hal dari berkembangnya internet. Begitu pula dengan produsen, penghematan biaya serta waktu begitu pula dengan kemudahan yang didapat merupakan dampak positif yang dapat dirasakan oleh produsen. Produsen dituntut harus kreatif agar dapat bersaing di era ini. Karena tanpa batasan waktu dan jarak mengakibatkan menjamurnya toko-toko *online* yang bisa memberikan penawaran-penawaran menarik.

Dengan teknologi yang sudah maju ini membuat transaksi yang dulunya pembeli dan penjual harus bertemu secara tatap muka untuk melakukan sebuah negosiasi, namun saat ini sudah bisa dilaksanakan secara *online* sehingga kedua belah pihak tidak perlu untuk bertemu secara langsung. Dengan menggunakan internet, konsumen dapat melihat serta memilih dengan cepat barang yang ingin mereka cari dengan mudah tanpa harus menemui penjual secara langsung.¹ Maka memungkinkan terjadinya bentuk-bentuk kesalahpahaman maupun kecurangan yang diharapkan mendapatkan perhatian maupun penanganan yang lebih besar. Rendahnya kesadaran para konsumen untuk lebih teliti melihat barang maupun jasa yang akan dibeli akan menimbulkan kerugian. Namun, (*e-commerce*) juga memiliki dampak negatif yang tidak bisa dihindarkan, ini cenderung merugikan pihak konsumen, berkaitan dengan barang maupun jasa yang disediakan serta ketentuan-ketentuan lain yang tidak sejalan dengan ketentuan awal. Adapun contoh yang dapat kita lihat, disaat kita berbelanja sebuah produk melalui *online*. Namun barang yang kita bayar tidak sesuai keterangan yang ada pada toko ataupun iklan. Banyak nya kasus seperti diatas mengurangi kepercayaan masyarakat dalam melakukan pembelian atau transaksi jual beli *online*. Seharusnya, dari pihak konsumen maupun produsen sama-sama melakukan kegiatan jual beli ini dengan itikad baik. Konsumen diharapkan lebih teliti dalam memilih barang dan jasa begitupun produsen harus amanah dalam menunaikan kewajibannya sebagai penjual.

Bila digunakan dengan baik, seharusnya transaksi berbasis *online* sangat banyak manfaatnya. Dilihat dari segi waktu, waktu yang diperlukan hanya beberapa menit agar bisa melihat barang-barang lucu yang diinginkan karena dapat diakses

¹ Erlinawati, dkk, 2017, "Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online.", *Serambi Hukum*, 11, No. 01: 27-40.

kapan saja. Dilihat dari segi jarak, tidak perlu kemana-mana untuk mendapatkan barang yang diinginkan, cukup dengan adanya internet dan perangkat lunak maka kita sudah bisa mendapatkan barang yang diinginkan. Terlebih lagi jalanan yang semakin padat mengakibatkan penumpukan kendaraan di jalan alias macet. Serta kesibukan-kesibukan lainnya yang tidak dapat ditinggalkan. Apabila diresapi dan dijalankan dengan baik maka banyak sekali manfaat yang bisa dirasakan.

Adapun beberapa karya tulis yang memiliki tema yang berkaitan dengan karya ilmiah ini, namun dapat dilihat perbedaan pokok bahasan serta permasalahan yang dibawanya. Karya ilmiah tersebut diantaranya tulisan yang ditulis oleh "I Made Dwija Di Putra" dan "Ida Ayu Sukihana" berjudul "Tanggung Jawab Penyedia Aplikasi Jual Beli *Online* Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen".² Dalam tulisan tersebut mengangkat perihal hak konsumen dalam berbelanja *online*, sedangkan tulisan ini terfokuskan pada perlindungan hukum bagi konsumen jual beli *online* terkait barang tidak sesuai dengan iklan. Selain itu terdapat karya ilmiah yang disusun oleh "Ni Putu Yuniati Suci Dewi" dan "Tjok Istri Putra Astiti" dengan judul "Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Hewan *Online*".³ Tulisan tersebut lebih fokus membahas pertanggungjawaban pelaku usaha jika dalam proses pengiriman, hewan yang dibeli ukurannya tidak sesuai dengan perjanjian, kabur, atau bahkan mati. Sementara tulisan ini lebih fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen jual beli *online* terkait barang tidak sesuai dengan iklan. Maka dari itu, artikel ini cukup menarik dibahas dan didalami pada penulisan yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jual Beli *Online* Terkait Barang Tidak Sesuai Dengan Iklan".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap hak konsumen transaksi jual beli *online* terkait barang tidak sesuai dengan iklan?
2. Apa akibat hukum terhadap pelaku usaha jual beli *online* terkait barang tidak sesuai dengan iklan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penulisan artikel ini bertujuan agar masyarakat mengetahui bahwa terdapat perlindungan hukum yang melindungi hak konsumen yang telah diatur atau tertuang pada "UU No 8 Tahun 1999 UUPK." Sehingga, melalui tulisan ini dapat membantu masyarakat khususnya para konsumen dalam memahami bagaimana perlindungan hukum beserta akibat hukum terkait penjualan barang yang tidak sama dengan iklan yang seharusnya.

2. Metode Penelitian

Suatu hal yang penting bila melakukan sebuah penelitian maupun menyusun karya ilmiah terdapat metode penelitian. Karena dengan begitu kita dapat melihat dengan jelas bagaimana sebuah penelitian tersebut dilakukan. Penulis menggunakan metode hukum normatif, dimana penelitian penelitian yang dibuat didasari oleh

² Di Putra, I Made Dwija, dan Sukihana, Ida Ayu, 2018, "Tanggung Jawab Penyedia Aplikasi Jual Beli *Online* Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.", *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 6, No. 04: 1-15.

³ Suci Dewi, Ni Putu Yuniati, dan Astiti, Tjok Istri Putra, 2018, "Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Hewan *Online*.", *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 6, No. 09.

peraturan perundang-undangan maupun doktrin yang ada dalam ilmu hukum.⁴ Dalam penelitian yang ditulis kali ini menggunakan sumber bahan hukum primer dan sekunder.⁵ Kemudian, teknik dalam pengumpulan bahan hukumnya menggunakan teknik studi pustaka yakni menelusuri serta mengumpulkan peraturan-peraturan hukum yang ada dan buku-buku yang mengangkat tema ataupun pembahasan yang sama dengan penulisan ini. Kemudian digunakan pula teknik analisis deskriptif, dimana dalam teknik tersebut akan dipaparkan secara detail bagaimanakah gambaran serta subyek dari penelitian tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Perlindungan Hukum Terhadap Hak Konsumen Transaksi Jual Beli *Online* Terkait Barang Tidak Sesuai Dengan Iklan

Hidup dalam zaman yang serba cepat dan maju ini, tak dapat dipungkiri pada saat ini bahwa teknologi yang sudah ada dapat mendukung masyarakat dalam menggunakan berbagai aplikasi maupun situs *web online* yang dengan mudahnya menghubungkan seseorang walaupun terpaut jarak yang jauh.⁶ Tak heran ada pepatah yang mengatakan, hidup saat ini bisa dikatakan sebuah anugerah dan kutukan secara bersamaan. Karena dapat mendekatkan yang dekat, begitu pula dapat menjauhkan apa yang dekat. Di negara kita sendiri berbelanja *online* sudah dilakukan sejak lama, namun semakin marak dilakukan akhir-akhir ini dikarenakan kondisi pandemi serta kebiasaan masyarakat saat ini yang lebih nyaman berada di dalam rumah masing-masing. Zaman yang serba *online*, transaksi melalui internet dapat dilakukan karena keterbatasan jarak dan waktu antara kedua belah pihak yang dapat memakan biaya cukup besar.⁷ Cukup dengan menggunakan internet dengan disertai perangkat keras seperti telepon genggam dan laptop, maka masyarakat sudah mengakses aplikasi serta *web* yang diinginkan. Hal ini sering sekali mengakibatkan konsumen merasa dirugikan karena kenakalan para produsen serta perlindungan hukum yang kurang terhadap hak konsumen terkait produk maupun barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan iklan ataupun aslinya. Dengan begitu, perlindungan hukum adalah senjata utama yang sangat dibutuhkan para konsumen terkait barang-barang yang dijual tidak sesuai dengan iklan.

Definisi perlindungan hukum sendiri adalah suatu hukum yang dapat melindungi masyarakat luas dalam berkegiatan agar tidak timbulnya sebuah kekosongan hukum ketika masyarakat sedang berkegiatan ataupun masalah-masalah yang bisa saja timbul tanpa kita pernah sangka. Dengan terjaminnya hak-hak dari para konsumen disaat mereka melakukan pembelian atau transaksi sebuah produk ataupun jasa, itu merupakan salah satu tujuan dari perlindungan konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen dewasa ini telah tercantum dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya akan disebut (UUPK), dimana dalam setiap

⁴ H. Zainuddin Ali, 2014, "Metode Penelitian Hukum", Sinar Grafika, Jakarta, hal. 24.

⁵ Perkasa, Roy Eka, P. Nyoman Serikat, and Bambang Eko Turisno, 2016, "Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E- Commerce) Di Indonesia.", *Diponegoro Law Journal* 5, no. 4: 1-13.

⁶ Ni Made Dewi Intan L, Dewa Nyoman Rai Asmara P, 2019, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online DiInstagram" *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*, Vol. 7 No. 9:1-14.

⁷ Grace Joice S. N. Rumimper, 2013, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet", *Jurnal Vol.I/No.3/Juli-September*, hlm, 56.

jengkal hukum nya dibuat mengandung asas keadilan, kepastian, dan kemanfaatan. Dengan ditetapkannya perlindungan konsumen ini akhirnya bisa memberikan rasa aman dan menumbuhkan kepercayaan terhadap masyarakat dalam proses transaksi jual beli online. Sehingga terciptanya rasa kesejahteraan dan kemakmuran dalam melakukan transaksi.

Di satu sisi, UUPK diperlukan agar pelaku usaha atau produsen diharapkan untuk meningkatkan kesadaran serta kewajibannya dalam memasarkan barang yang dijualnya dengan bentuk apapun. Belum banyak masyarakat umum mengetahui tingkat kualitas serta legalitas dari produk produk yang dipajang atau dipasarkan dalam situs jual beli *online*. Keresahan itu dapat terlihat jelas dengan adanya sebuah kesatuan hukum yang mengatur serta memastikan para konsumen atau masyarakat agar mendapatkan sebuah kepastian hukum. Sejalan dengan hal tersebut, hukum perlindungan konsumen memiliki atau bertujuan untuk meningkatkan kualitas serta jaminan terhadap konsumen yang melakukan sebuah transaksi. Mengetahui informasi mengenai barang yang akan dibeli merupakan hal utama yang harus dilakukan konsumen sebelum mengalokasikan dana yang dimiliki untuk melakukan sebuah transaksi.

Hak-hak yang didapat oleh konsumen telah tercantum dalam UUPK.⁸ Pasal 4 UUPK telah mencantumkan hak hak dari para konsumen yakni hak katas keselamatan saat mengkonsumsi barang yang dijual, memilih barang, hak agar mendapatkan informasi yang akurat dan sebenar benarnya atas kondisi barang, serta mendapat perlindungan dalam menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen. Hak dan kewajiban merupakan sebuah hal yang selalu tumbuh secara beriringan. Maka, selain para konsumen memiliki hak, mereka juga harus melakukan kewajiban-kewajiban yang dapat dicermati pada Pasal 5 UUPK. Kewajiban mereka diantaranya yakni beritikad baik, mencermati dengan baik produk-produk yang akan dibeli serta melakukan kewajibannya yakni melakukan pembayaran sesuai dengan nilai tukar. Sementara hak serta kewajiban dari pembuat usaha telah diatur pada "Pasal 6 UUPK dan Pasal 7 UUPK." Hak yang diperoleh dari pelaku usaha antara lain mendapatkan uang hasil pembayaran sesuai dengan yang telah disepakati, hak untuk dilindungi apabila konsumen tidak memiliki itikad baik. Sedangkan kewajiban pelaku usaha adalah menjamin kualitas barang yang diperjualbelikan, memperlakukan konsumen secara baik tanpa mendiskriminasi, memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat penggunaan dan tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Adapun larangan-larangan pelaku usaha yang diatur pada "Pasal 8 huruf (a) UUPK" yang tertulis dimana produsen dengan sangat keras dilarang memperjualbelikan barang dagangannya yang bertentangan dengan standar ketentuan di dalam Undang-Undang.

Di samping itu, mengenai etika periklanan juga diatur dalam beberapa aturan, yakni pada Kode Etik Periklanan yang diatur dalam Etika Pariwara Indonesia (EPI), Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS, dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Kode Etik Periklanan yang termuat dalam Kitab Etika Pariwara Indonesia (EPI) merupakan ketentuan-ketentuan pokok dalam pelaksanaan periklanan di Indonesia, dimana kitab ini diharapkan mampu meletakkan dasar-dasar tentang iklan yang baik dan buruk mengenai kewajiban moral para pelaku periklanan serta

⁸ Hakiki, Aditya Ayu, Asri Wijayanti, and Rizania Kharismasari., 2017, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online." *Justitia Jurnal Hukum* 1, no. 1.

menjunjung tinggi hak-hak konsumen. Dalam kode etik periklanan sudah sangat jelas diatur larangan mengenai pemasangan iklan yang menyesatkan konsumen yakni pemasangan iklan yang bersifat tidak jujur, menipu, menyesatkan, dan merugikan suatu pihak, baik moral maupun material, atau kepentingan umum haruslah ditolak atau dibatalkan. Kemudian, dalam Pasal 46 ayat (3) Undang-Undang Penyiaran, diatur mengenai batasan-batasan periklanan yang diberikan kepada penyelenggara kegiatan penyiaran, diantaranya iklan tidak boleh mengandung unsur SARA, tidak boleh mempromosikan minuman keras maupun bahan zat adiktif, tidak diperkenankan mempromosikan rokok yang menunjukkan wujud rokok, iklan tidak boleh bertentangan dengan nilai agama dan kesusilaan masyarakat, serta iklan tidak boleh mengeksploitasi anak dibawah umur 18 tahun. Dalam Undang-Undang Penyiaran tidak diatur secara eksplisit mengenai larangan dalam penyampaian iklan yang menyesatkan atau mengelirukan, namun dilihat dari dampak penayangan iklan yang menyesatkan tentu merugikan sebagian masyarakat, oleh karena hal tersebutlah, penggolongan iklan sebagai tindakan yang tidak pas akan kesusilaan dalam masyarakat. Sehingga, iklan tersebut digolongkan sebagai perbuatan yang menyalahi aturan kesusilaan dan nilai-nilai dalam suatu masyarakat.

Sama halnya dengan Undang-Undang Penyiaran, dalam Undang-Undang PERS juga diatur mengenai larangan muatan iklan seperti iklan tidak boleh merendahkan suatu suku, agama, maupun terganggunya kedamaian antar umat dan menyalahi kesusilaan dalam masyarakat, iklan dilarang mempromosikan NAPZA dan miras, iklan dilarang mempromosikan rokok dengan wujudnya. Dalam UU ini belum diatur larangan iklan yang menyesatkan konsumen sehingga perlu dipikirkan untuk menyempurnakan dan memasukan larangan materi informasi yang menyesatkan pada UU PERS selanjutnya. Kemudian dalam Pasal 104 Undang-Undang Pangan sudah diatur secara tegas bahwa setiap iklan pangan yang diperdagangkan harus memuat keterangan atau pernyataan mengenai pangan dengan benar dan tidak menyesatkan, setiap orang dilarang memuat keterangan atau pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan dalam iklan pangan yang diperdagangkan, serta pemerintah mengatur, mengawasi, dan melakukan tindakan yang diperlukan agar iklan pangan yang diperdagangkan tidak memuat keterangan atau pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan. Dengan begitu banyak ketentuan dan larangan diatas, namun tetap saja ada pelaku usaha yang nakal kemudian melakukan kecurangan yang sudah pasti merugikan pihak konsumen. Tak ayal sering kali membuat posisi konsumen menjadi lemah serta seringkali dirugikan.⁹

Berkaca pada ketentuan yang berlaku saat ini di Indonesia, gugatan wanprestasi.¹⁰ Hak serta kewajiban dalam hal ini biasa disebut dengan prestasi (*performance*). Apabila prestasi tersebut tidak terpenuhi dalam hal ini barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan iklan, maka dapat disebut dengan wanprestasi. Sedangkan untuk gugatan perbuatan melawan hukum, dasar gugatannya adalah jika terdapat satu pihak yang merasa telah dirugikan oleh pihak yang lain, walaupun di antara pihak satu dengan yang lainnya tersebut sedang tidak melakukan perjanjian atau mengikat satu sama lain. Berangkat dari kasus-kasus kerugian yang dialami

⁹ Rai Agustina Dewi, I Nyoman Suyatna, 2016, "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsume Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online", Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana, Vol.4, No.2: 1-13.

¹⁰ Handri Raharjo, 2009, "Hukum Perjanjian di Indonesia," Pustaka Yustisia, Yogyakarta, Hal. 81

masyarakat dalam kesepakatan jual beli *online* terkait barang tidak sesuai dengan iklan akan lebih tepat menggunakan gugatan wanprestasi dengan spesifikasi terhadap kewajiban-kewajiban yang semestinya diselesaikan dengan baik oleh penjual saat terjadinya transaksi jual beli *online* namun tidak dilakukan. Tidak hanya melalui jalur perdata, bertindak sesuatu yang tidak sesuai dengan kesepakatan dalam transaksi *online* juga mengandung unsur pidana dalam hal ini barang tidak sesuai dengan iklan (penipuan) maka dapat dikenakan Pasal 19 ayat (4) UUPK.¹¹ Dalam ketentuan Pasal tersebut dikatakan walaupun telah memberikan ganti rugi, hal tersebut bukan berarti dihapuskannya kemungkinan terhadap adanya tuntutan pidana yang didasari bukti-bukti yang menunjukkan adanya unsur kesalahan.¹²

3.2 Akibat Hukum Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Online Terkait Barang Tidak Sesuai Dengan Iklan

Setiap hubungan yang mengikat akan selalu diikuti dengan dua subjek hukum. Dimana masing masing dari subyek hukum tersebut memiliki hak dan kewajibannya sendiri berdasarkan hubungan timbal balik akibat melaksanakan sebuah perjanjian atau kesepakatan. Dalam dunia transaksi online, tanggung jawab mutlak merupakan prinsip yang digunakan apabila terjadi sebuah wanprestasi.¹³ Kedudukan pembeli yang sangat lemah saat melakukan transaksi jual beli *online* mengakibatkan tanggung jawab sepenuhnya ada di pihak penjual atau pelaku usaha. Segala akibat hukum yang terjadi akibat pelaksanaan transaksi *online* merupakan tanggung jawab penuh dari pihak yang melakukan transaksi tersebut. Ketentuan tersebut tercantum dalam Pasal 21 ayat (2) UUTE. Berangkat dari penjelasan tersebut, maka pihak yang bertanggung jawab adalah pihak yang telah sengaja maupun tidak sengaja melakukan wanprestasi.

Berdasarkan KUHPerdata, akibat dari sebuah wanprestasi yang dengan sengaja maupun tidak dilakukan oleh pihak yang seharusnya melakukan kewajibannya (debitur) dalam sebuah perjanjian tersebut menyebabkan kerugian bagi pihak yang memiliki haknya untuk mendapat prestasi (kreditur). Berangkat dari keresahan tersebut, Indonesia sendiri telah mengatur akibat hukum bagi para pihak yang memiliki kewajiban untuk memenuhi prestasi (debitur) namun dalam perjalanan sebuah perjanjian tersebut melakukan wanprestasi:¹⁴

- a. Diharuskan membayar kerugian yang telah diderita (Pasal 1243 KUHPer)
- b. Diharuskan untuk memikul kerugian dimulai saat wanprestasi terjadi (Pasal 1237 ayat (2) KUHPer)
- c. Diharuskan menerima pemutusan sebuah perjanjian dengan disertai kewajiban membayar ganti rugi (Pasal 1267 KUHPer)
- d. Diharuskan membayar uang perkara apabila diminta saat proses pengadilan (Pasal 181 ayat (1) HIR)

¹¹ Suhadi, Endi, and Ahmad Arif Fadilah, 2021, "Penyelesaian Ganti rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online dikaitkan dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 7: 1967-1978.

¹² Rosalinda Elsin Latumahina, 2015 "Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik", *Jurnal Gema Aktualita*, Volume 4 Nomor 1.

¹³ Yaqin, Ainul, 2019, "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 25, no. 6.

¹⁴ Kamran, Muhammad, and Maskun Maskun, 2021, "Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika." *Balobe Law Journal* 1, no. 1 (2021): 41-56.

Di sisi lain dalam perjanjian yang diatur dalam Pasal 1266 KUHP, dijelaskan apabila wanprestasi terjadi dari sebelah pihak maka diberikan hak khusus pada pihak satunya untuk menyelesaikan kontrak pada saat di pengadilan, meskipun syarat putusan tentang tidak terpenuhinya kewajiban tersebut telah dinyatakan dalam perjanjian.¹⁵ Hakim dengan bebas dapat menuntut keadilan atas kemauan dari tergugat, memberikan waktu untuk berusaha memenuhi kewajibannya sebagai debitur, dengan catatan waktu yang diberikan tersebut tidak melebihi satu bulan. Hal tersebut dapat terjadi apabila syarat putus yang dijelaskan diatas tidak ada dalam perjanjian.

Jika seandainya para pelaku usaha tidak memiliki niat yang baik atau mau menanggung saat terjadinya wanprestasi jual beli *online* terkait barang tidak sesuai dengan iklan, maka tak perlu khawatir karena para pihak yang merasa dirugikan dapat berpedoman dengan ketentuan dalam Pasal 38 dan 39 UU ITE tentang penyelesaian sengketa.¹⁶ Dalam Pasal 39 ayat (2) dijelaskan bahwa selain menyelesaikan perkara melalui gugatan perdata, cara yang dapat dilakukan ialah melalui arbitrase maupun lembaga lainnya seperti mediasi, konsiliasi serta yang terakhir adalah negosiasi. Upaya lainnya yang dapat ditempuh konsumen untuk memperjuangkan haknya dengan berdasar pada ketentuan Pasal 60 ayat (2) UUPK akibat melanggar Pasal 19 UUPK dengan memberikan penetapan untuk ganti rugi atau sanksi administrative paling sebanyak dua ratus juta rupiah. Dapat dipidana dengan masa tahanan paling lama 6 (enam) tahun serta dikenakan denda paling banyak satu miliar rupiah berdasarkan ketentuan "Undang Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Transaksi dan Informasi Elektronik."

Dengan ketentuan-ketentuan yang sudah disebutkan diatas tadi diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam meminta pertanggungjawaban atas kerugian dari negosiasi.¹⁷ Upaya lainnya yang dapat ditempuh konsumen untuk memperjuangkan haknya dengan berdasar pada ketentuan "Pasal 60 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen" akibat melanggar Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Dapat dipidana penjara pula paling lama 6 (enam) tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) berdasarkan ketentuan Undang Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Transaksi dan Informasi Elektronik. Dengan ketentuan ketentuan yang sudah disebutkan diatas tadi diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam meminta pertanggungjawaban atas kerugian dari membeli barang yang tidak sesuai dengan iklan. Pemerintah juga berperan penting dalam pengawasan para produsen untuk menjual barangnya sesuai dengan iklan yang disebar luaskan. Kesadaran dari pihak penjual atau produsen

¹⁵ Suadi, I. Putu Merta, Ni Putu Rai Yuliantini, and Si Ngurah Ardhya, 2021, "Tinjauan yuridis subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Online/E-Commerce Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Jurnal Komunitas Yustisia*, 4, no. 2: 668-681.

¹⁶ Dewi, Mila Nila Kusuma, 2017, "Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online." *Jurnal Cahaya Keadilan*, 5, no. 2: 72-90.

¹⁷ Pradnyaswari, Ida Ayu Eka, and I. Ketut Westra, 2020, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa E-Commerce." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 8, no. 5: 758-766.

adalah kunci yang utama agar kejadian seperti barang tidak sesuai dengan iklan tidak terus menerus terulang dalam transaksi jual beli *online*.¹⁸

4. Kesimpulan

Zaman yang serba cepat dan maju mendukung masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli *online* atau *e-commerce*. Namun, transaksi jual beli *online* cenderung merugikan pihak konsumen, salah satunya ketidaksesuaian barang yang dijual produsen dengan foto pada iklan produk. Mengenai perlindungan hak-hak konsumen dan larangan memperjualbelikan barang yang tidak sesuai dengan iklan produk telah diatur dalam beberapa peraturan, diantaranya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Etika Pariwisata Indonesia (EPI), Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS, dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Apabila barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan iklan, maka dapat disebut dengan wanprestasi, maka dapat dikenakan sanksi administratif berupa ganti rugi, dapat dipidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Dengan ketentuan-ketentuan tersebut, diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam memperoleh pertanggungjawaban atas kerugian dari membeli barang yang tidak sesuai dengan iklan. Keterlibatan pemerintah dan kesadaran pihak pelaku usaha merupakan kunci utama agar kejadian ketidaksesuaian barang dengan foto pada iklan produk tidak terus menerus terulang dalam transaksi jual beli *online*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- H. Zainuddin Ali, 2014, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hal. 24.
Handri Raharjo, 2009, *Hukum Perjanjian di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, Hal. 81

Jurnal

- Akhmaddhian, Suwari, and Asri Agustiwi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia." *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2016): 40-60.
Dewi, Mila Nila Kusuma. "Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online." *Jurnal Cahaya Keadilan* 5, no. 2 (2017): 72-90.
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.
Grace Joice S. N. Rumimper, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet", *Jurnal Vol.I/No.3/Juli-September* (2013), hlm. 56.
Hakiki, Aditya Ayu, Asri Wijayanti, and Rizania Kharismasari. "Perlindungan hukum bagi pembeli dalam sengketa jual beli online." *Justitia Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2017).

¹⁸ Akhmaddhian, Suwari, and Asri Agustiwi, 2016, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia.", *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 3, no. 2: 40-60.

- Kamran, Muhammad, and Maskun Maskun. "Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika." *Balobe Law Journal* 1, no. 1 (2021): 41-56.
- Ni Made Dewi Intan L., Dewa Nyoman Rai Asmara P., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online DiInstagram" *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*, Vol. 7, No. 9, (2019): 1- 14.
- Perkasa, Roy Eka, P. Nyoman Serikat, and Bambang Eko Turisno. "Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia." *Diponegoro Law Journal* 5, no. 4 (2016): 1-13.
- Pradnyaswari, Ida Ayu Eka, and I. Ketut Westra. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa E-Commerce." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 5 (2020): 758-766.
- Rai Agustina Dewi, I Nyoman Suyatna, "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online" *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*, Vol. 4, No. 2, (2016): 1-13.
- Rosalinda Elsin Latumahina, "Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik", *Jurnal Gema Aktualita*, Volume 4 Nomor 1 (2015)
- Suadi, I. Putu Merta, Ni Putu Rai Yuliantini, and Si Ngurah Ardhya. "Tinjauan yuridis subyek hukum dalam transaksi jual beli online/e-commerce ditinjau dari kitab undang-undang hukum perdata." *Jurnal Komunitas Yustisia* 4, no. 2 (2021): 668-681.
- Suhadi, Endi, and Ahmad Arif Fadilah. "Penyelesaian Ganti rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online dikaitkan dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 7 (2021): 1967-1978.
- Yaqin, Ainul. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 25, no. 6 (2019).

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS
Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi dan Informasi Elektronik
Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan