

Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online*

Oleh

Rai Agustina Dewi**

I Nyoman Suyatna***

Program Kekhususan Hukum Bisnis
Fakultas Hukum Universitas Udayana

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online”. Dengan berkembangnya teknologi dan informasi yang begitu cepat menimbulkan inovasi baru terkait model dalam sistem perdagangan, yaitu transaksi online. Transaksi online adalah transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli secara online melalui media internet dengan tidak berjumpa langsung. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik telah diatur bahwa pelaku usaha seharusnya memberikan informasi yang benar terkait barang dagangannya namun pada kenyataannya masih sering ditemukan pelanggaran terhadap hal tersebut, sehingga disini terlihat telah terjadi kesenjangan antara peraturan yang ada dengan kenyataan dilapangan. Permasalahan yang diuraikan dalam jurnal ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggungjawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam transaksi bisnis online serta bagaimana penyelesaian atas kerugian konsumen dalam melakukan transaksi online. Metode Penelitian yang digunakan dalam penulisan jurnal ini yaitu penelitian empiris, dengan melihat pada permasalahan yang ada kemudian dikaitkan dengan

* Penulisan karya ilmiah yang berjudul *Implementasi Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Online* ini bukan merupakan di luar skripsi.

** Penulis pertama dalam penulisan karya ilmiah ini ditulis oleh Rai Agustina Dewi, selaku mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Udayana korespondensi dengan penulis melalui email: agustinadewiar@gmail.com .

*** Penulis kedua dalam penulisan karya ilmiah ini ditulis oleh I Nyoman Suyatna, S.H.,M.H. selaku Pembimbing Akademik penulis kedua di Fakultas Hukum Universitas Udayana.

peraturan perundang-undangan. Apabila terbukti bahwa pelaku usaha telah salah dalam memberikan informasi terkait dengan barang dagangannya, maka pelaku usaha harus bertanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen seperti yang telah diatur dalam pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selanjutnya terkait Penyelesaian atas kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha, dapat dilakukan dengan cara musyawarah antara pihak konsumen dengan pelaku usaha, ataupun dibantu oleh pihak ketiga.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Transaksi online, Konsumen.

ABSTRACT

This study entitled "The Implementation of Legal Protection Against Consumer Purchase Through Online Transactions". With the development of technology and information so quickly lead to new innovations related models in the trading system, namely online transactions. Online transactions are transactions conducted between sellers and buyers online through internet media with no direct encounter. In Act No. 8 of 1999 on Consumer Protection and Law No. 11 of 2008 on Information and Electronic Technologies has been set that business operators should provide the right information related merchandise but in fact they are often found violations against them, so that here looks to have a gap between the existing regulations with the fact the field. The problems described in the scientific journal aims to find out how the responsibility of businesses towards the consumer losses in business transactions online as well as how the settlement of consumer losses in conducting online transactions. Research methods used in writing this journal that empirical research, by looking at existing problems later associated with the legislation. If it is proved that the businesses had been wrong in providing information related to the merchandise, then the business must be responsible for the losses suffered by consumers as set out in Article 19 paragraph (1) of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection. Further terkait settlement for damages caused by businesses,

Keywords: Legal Protection, online transaction, consumer.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi ekonomi dewasa ini membuat dunia bisnis berkembang secara pesat, salah satunya bisnis online. Globalisasi ekonomi membawa pengaruh terhadap dunia perdagangan. Dampaknya dengan kontensional membawa kearah online, selanjutnya dibawa ke internet atau online. Bisnis online merupakan sistem bisnis berbasis internet, media yang dipakai dalam pemasaran produk adalah website dan/atau aplikasi. Dewasa ini, konsumen menginginkan sesuatu cara yang praktis dalam memperoleh pemenuhan kebutuhan sehari-harinya karena itu, bisnis online memiliki pengaruh yang signifikan.

Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut *electronic commerce (e-commerce)* atau disebut juga dengan transaksi elektronik. *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).¹ Dengan cepatnya konsumen menggunakan media sosial akan memberi dampak positif dan negatif terhadap arus informasi tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara-negara maju, dampak positif yaitu transaksi bisa berjalan cepat dan efisien sehingga memudahkan konsumen mengakses langsung sedangkan dampak negatif dari online yaitu tidak sesuai dengan apa yang diterima kepada konsumen dan konsumen tidak melihat nyata barang yang akan dibeli. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya

¹ Esther Dwi Magrifah, 2007, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, Yogyakarta, h. 1.

disebut UUPK) tidak mencantumkan secara detail mengenai perlindungan hukum terhadap barang, jasa serta konsumennya. Tidak diaturnya aturan hukum membuat kedudukan konsumen menjadi tidak kuat serta seringkali dirugikan.

Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih serius karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia, dimana ekonomi Indonesia juga telah berkaitan dengan ekonomi dunia dan persaingan perdagangan internasional dapat membawa implikasi negatif bagi perlindungan konsumen.²

Sehingga telah terjadi kesenjangan antara kenyataan dengan beberapa peraturan perundang-undangan seperti: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf (c), Pasal 7 huruf (b), Pasal 8 dan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Namun dalam kenyataannya bahwa sering sekali terjadi barang yang dipesan atau barang yang diterima tidak sesuai, sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana tanggungjawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam transaksi bisnis online?
2. Bagaimana penyelesaian atas kerugian konsumen dalam melakukan transaksi online?

² Husni Syawali, Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Mandar Maju, Bandung, h.3.

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan tulisan ini yakni untuk mengetahui perkembangan di dunia bisnis melalui online serta permasalahan-permasalahan yang terjadi berkaitan dengan transaksi melalui online dan kerugian-kerugian yang timbul bagi konsumen dalam transaksi perdagangan melalui online.

II. ISI MAKALAH

2.1 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan didalam penulisan makalah ini adalah metode empiris dengan pendekatan fakta (*The Fact Approach*) artinya pendekatan dengan melihat pada permasalahan yang ada kemudian dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan.³

2.2 HASIL DAN PEMBAHASAN

2.2.1 Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Bisnis Online

Transaksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang menimbulkan perubahan terhadap harta atau keuangan yang dimiliki baik itu bertambah ataupun berkurang. Misalnya menjual harta, membeli barang, membayar hutang, serta membayar berbagai macam biaya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Transaksi tersebut dapat dilakukan secara langsung seperti membeli barang di toko maupun pasar, ataupun secara tidak langsung seperti membeli barang secara online. Dalam setiap kegiatan transaksi pasti

³ Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Cetakan Keenam, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, h. 93.

menimbulkan hak dan kewajiban di antara para pihak yang melakukan transaksi tersebut, yaitu pihak penjual (pelaku usaha) dengan pihak pembeli (konsumen). Hak dan kewajiban bagi konsumen maupun pelaku usaha tersebut telah diatur sedemikian rupa dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK itu sendiri dibuat untuk mengupayakan terjaminnya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen ialah berupa beberapa hak yang dimiliki oleh konsumen sebagaimana yang dijabarkan didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak-hak tersebut diatur dalam pasal 4 yang merumuskan sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

- g. Hak untuk diperlakukan dan/atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

Dapat kita lihat diatas, Undang-Undang sudah memberikan hak yang sedemikian rupa bagi pihak konsumen, akan tetapi pada kenyataannya masih banyak hak-hak konsumen yang dilanggar oleh pihak pelaku usaha. Kasus pelanggaran hak konsumen yang sering ditemukan ialah terkait pelanggaran hak konsumen pada Pasal 4 huruf c yaitu mengenai “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan atas barang dan/atau jasa.” Hak ini dapat dipenuhi apabila pelaku usaha melakukan kewajibannya sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 7 huruf b yang dimana pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Dengan tidak memberikan informasi yang benar maka pelaku usaha tersebut berarti tidak melakukan kewajibannya sebagaimana diatur dalam pasal 7 serta telah melanggar Pasal 8 UUPK terkait perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Selain diatur dalam UUPK, kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar telah dirumuskan juga dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang

berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Kasus diatas lebih rentan terjadi pada kegiatan transaksi perdagangan terlebih apabila transaksi tersebut dilakukan melalui media eletronik yang disering disebut juga dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)*. Banyak pelaku usaha yang beralih ke bisnis *online shopnya* dengan pertimbangan lebih mudah dan hemat dalam usaha pemasaran produknya.

Dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan dalam transaksi jual beli online, seringkali pelaku usaha memanfaatkannya untuk melakukan perbuatan curang seperti halnya memberikan informasi yang tidak benar atau tidak sesuai terkait kondisi barang dagangannya, misalnya tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang diterima dengan barang yang tertera dalam iklan/foto.⁴

Ketidak sesuaian informasi mengenai barang yang diterima dengan barang yang tertera di *onlineshop* merupakan bentuk pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha dalam memasarkan barang dan pihak konsumen mendapatkan kerugian akan hal tersebut, dikarenakan mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan. Berdasarkan teori-teori hukum, konsumen

⁴ Didik M. Arif Mansyur dan Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Rafika Aditama, Bandung, h.144.

sebagai pihak yang dirugikan diberikan hak untuk meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha.⁵

Sesuai Pasal 4 huruf h UUPK “konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.” Pasal 4 huruf h tersebut berbanding lurus dengan rumusan pasal 19 ayat (1) UUPK mengenai tanggung jawab pelaku usaha, yang disumuskan bahwa : “Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

Selain diatur dalam UUPK, pemberian informasi yang tidak benar dalam kegiatan transaksi bisnis online juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2018 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, tepatnya pada pasal 28 ayat (1) terkait perbuatan yang dilarang, yang dirumuskan bahwa : “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.” Rumusan pasal tersebut apabila dilanggar, maka pelaku usaha dapat dikenakan sanksi yang sesuai dengan ketentuan Pasal 45 ayat (2) UU ITE, yang menyatakan bahwa: “Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) atau (2) dipidana dengan pidana penjara paling

⁵ Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, h.21.

lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

2.2.2 Penyelesaian Atas Kerugian Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online

Apabila pelaku usaha lalai dalam kewajibannya maka akan timbul wanprestasi yang membawa konsekuensi timbulnya kerugian yang didapat oleh konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam jual beli melalui internet diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara dimana pihak yang merasa dirugikan akibat perbuatan pelaku usaha tersebut, dapat mengajukan tuntutan ganti rugi melalui pengadilan. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang sebenar-benarnya sesuai dengan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sehingga jika terjadi kesalahan informasi maka itu merupakan tanggung jawab dari pelaku usaha.

Pada Pasal 19 UUPK menjelaskan tanggung jawab pelaku usaha apabila terbukti melakukan wanprestasi. Pasal 23 UUPK mengatur gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau Badan Peradilan ditempat kedudukan konsumen. Sedangkan pada Pasal 28 menjelaskan tentang beban pembuktian unsur-unsur kesalahan dalam gugatan ganti kerugian merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Ketentuan tentang beban pembuktian merupakan suatu bagian yang sangat penting dan menentukan dapat tidaknya suatu tuntutan perkara perdata dikabulkan,

karena pembebanan pembuktian yang salah oleh hakim dapat mengakibatkan seseorang yang harusnya memenangkan perkara menjadi pihak yang kalah hanya karena tidak mampu membuktikan sesuatu yang sebenarnya menjadi haknya.⁶ Sebagai dasar pembebanan pembuktian terdapat pada Pasal 1865 KUHPerdara yang menentukan bahwa barang siapa yang mengaku mempunyai hak atau yang mendasarkan pada suatu peristiwa untuk menguatkan haknya itu atau menyangkal hak orang lain, harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu. Sehubungan dengan pertanggung jawaban dalam transaksi jual beli melalui internet maka pelaku usaha tetap dapat dituntut pertanggung jawaban, apalagi kalau produk yang ditransaksikan itu cacat dan merugikan konsumen.

Penyelesaian atas kerugian konsumen dalam transaksi online dengan musyawarah tersebut dilakukan oleh pelaku usaha dengan konsumen selaku para pihak yang melakukan kegiatan transaksi tersebut, yang dimana hasil musyawarah yang diharapkan terjadi yaitu antara penggantian barang ataupun pengembalian sejumlah uang. Namun apabila musyawarah tersebut tidak mencapai mufakat yang diharapkan, maka musyawarah baik secara konsiliasi maupun mediasi dituangkan dalam perjanjian tertulis yang dituangkan dalam bentuk keputusan BPSK, selambat-lambatnya 21 hari kerja sejak permohonan diterima di sekretariat BPSK.

⁶ Ahmadi Miru, 2008, *Hukum Perikatan (penjelasan pasal 1233-144 BW)*, Rajawali Pers, Bandung, h. 167.

III. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

1. Apabila terbukti bahwa pelaku usaha telah salah dalam memberikan informasi terkait dengan barang dagangannya, maka pelaku usaha harus bertanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen seperti yang telah diatur dalam pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Penyelesaian atas kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha, dapat dilakukan dengan cara musyawarah antara pihak konsumen dengan pelaku usaha, ataupun dibantu oleh pihak ketiga.

3.2 Saran

1. Pelaku usaha sebaiknya harus selalu memastikan untuk memberikan informasi yang benar terhadap konsumen sedangkan bagi konsumen hendaknya perlu melihat dan mencermati pentingnya kehati-hatian agar mengurangi terjadinya tindakan kecurangan dalam berbelanja melalui online dengan hal tersebut akan menjadi pencegahan pertama untuk menghindari terjadinya kecurangan.
2. Hendaknya pelaku usaha melakukan penyelesaian kerugian terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online dilakukan musyawarah dengan konsumen untuk menyelesaikan permasalahan dengan lebih mudah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ahmadi Miru, 2008, *Hukum Perikatan (penjelasan pasal 1233-144 BW)*, Rajawali Pers, Bandung

Didik M. Arif Mansyur dan Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Rafika Aditama, Bandung.

Esther Dwi Magrifah, 2007, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, Yogyakarta.

Husni Syawali, Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Mandar Maju, Bandung.

Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.

Marzuki, Peter Mahmud, 2010, *Penelitian Hukum*, Cetakan Keenam, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Jurnal :

Kiki Rizky Syamsir, 2015, "Tinjauan Hukum Perbuatan Wanprestasi Terhadap Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-commerce Melalui BBM dan Instagram", Jurnal Kiki Rizky Syamsir, edisi 2, Vol.3.

Perundang-undangan :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terjemahan Bulgerlijk Wetboek vor Indonesia. Staatsblad tahun 1847 Nomor 23.

Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 382.

Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.