

**PELAKSANAAN GANTI KERUGIAN KONSUMEN BERKAITAN  
DENGAN KETIDAKSESUAIAN PRODUK PADA  
JUAL BELI ONLINE\***

Oleh:

Ni Putu Trisna Widyantari\*\*

A.A. Ngurah Wirasila\*\*\*

Program Kekhususan Hukum Bisnis

Fakultas Hukum Universitas Udayana

**ABSTRACT**

*Nowadays online shopping has become one of the trends in all circles of society. Ranging from teenagers to adults are more interested in buying goods on online shopping sites because it is felt to be easier, more practical and saves time. But besides these conveniences it is not uncommon to bring problems for consumers. One of them is the goods or products they buy do not match what they ordered. This is very unsettling for people who love to shop online. Regarding this phenomenon, this research provides how the implementation of compensation for products that are not in accordance with what consumers are interested in and legal remedies that consumers can do to claim their rights to business actors who do not fulfill their responsibilities.*

*The research method used in this research is emperical juridical research based on the statutory approach and fact approach.*

*The results obtained from this research are online business actors in conducting online business activities not acting in accordance with their obligations as mentioned in Article 7 of Law Number 8 of 1999 and the implementation of compensation is not carried out after Article 19 of Law Number 8 1999. So consumers can sue business actors through the Consumer Protection Institute. Legal remedies that can be taken through the court (litigation) or outside the court (non litigation) based on the choice of both parties.*

***Key words: Compentation, business actor, online selling***

---

\* Makalah ilmiah ini merupakan makalah ilmiah diluar ringkasan skripsi dengan judul “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Produk Dengan Spesifikasi Yang Diberikan Di Situs Belanja Online”

\*\* Penulis pertama adalah Ni Putu Trisna Widyantari, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: [trisnawidy97@gmail.com](mailto:trisnawidy97@gmail.com)

\*\*\* Penulis kedua adalah A.A. Ngurah Wirasila, Dosen Pengajar Bidang Hukum Pidana Fakultas Hukum Universitas Udayana

## **ABSTRAK**

Belanja online kini menjadi salah satu trend di semua kalangan masyarakat. Mulai dari kalangan remaja hingga dewasa lebih tertarik membeli barang di situs belanja online karena dirasa lebih mudah, praktis dan menghemat waktu. Namun disamping kemudahan tersebut ternyata tidak jarang membawa permasalahan bagi konsumen. Salah satunya ialah barang atau produk yang mereka beli tidak sesuai dengan apa yang mereka pesan. Hal ini sangat meresahkan masyarakat yang gemar berbelanja secara online. Mengenai fenomena tersebut penelitian ini memberikan bagaimana pelaksanaan ganti kerugian terhadap produk yang tidak sesuai dengan apa yang diminati konsumen serta upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen untuk menuntut haknya kepada pelaku usaha yang tidak memenuhi tanggung jawabnya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian yuridis empiris dengan berpedoman pada pendekatan perundang – undangan dan pendekatan fakta.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pelaku usaha online dalam melakukan kegiatan bisnis online tidak bertindak sesuai dengan apa yang menjadi kewajibannya yang telah disebutkan pada Pasal 7 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 serta pelaksanaan ganti kerugian tidak terlaksanakan sesauai Pasal 19 Undang – Undang Nomor 8 tahun 1999. Sehingga konsumen dapat menggugat pelaku usaha melalui Lembaga Perlindungan Konsumen. Upaya hukum yang dapat ditempuh melalui Pengadilan (litigasi) atau di luar pengadilan (non litigasi) berdasarkan pilihan kedua belah pihak.

**Kata kunci : Ganti rugi, pelaku usaha, jual beli online**

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Kegiatan bisnis perdagangan secara online / elektronik atau sering kita dengar dengan istilah e-commerce semakin maraknya terjadi dan menjadikan peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan kegiatan bisnis di dunia maya. E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang memiliki karakter tersendiri

yakni perdagangan yang mampu melintasi daerah bahkan batas negara. E-commerce menggunakan media internet dimana para penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung dan bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun mereka inginkan serta prosesnya lebih cepat dan mudah lain halnya dengan perdagangan secara konvensional. Melalui E-Commerce semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah (borderless).<sup>1</sup>

Perekonomian yang pesat telah menghasilkan berbagai macam jenis barang dan tau jasa.<sup>2</sup> Dengan adanya kegiatan perdagangan secara online memberi kemudahan bagi pelaku usaha yang tidak ingin repot – repot membangun atau menyewa toko untuk memasarkan produk atau barang hasil produksinya. Mereka hanya perlu mempromosikan dan memajangkan foto dari produk atau barang yang ingin mereka jual melalui situs media online, dengan melakukan hal tersebut mereka pun dapat menjangkau banyak konsumen.

Situs online saat ini yang paling menarik perhatian dan tentunya sangat mudah digunakan oleh para pelaku usaha online yaitu media sosial. Media sosial yang semakin populer dan banyak digandrungi oleh kalangan anak muda maupun orang dewasa saat ini yakni Instagram. Dengan menggunakan aplikasi instagram tersebut, pelaku usaha online hanya perlu memposting gambar atau foto – foto barang yang ingin mereka jual dan memasang harga. Kemudian konsumen akan memilih barang yang mereka

---

<sup>1</sup> Dikdik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Refika Aditama, Bandung, h.144

<sup>2</sup> Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, h.1

inginkan memakai gadget yang telah terhubung melalui jaringan internet. Dapat dikatakan kondisi demikian memberi keuntungan kepada pihak konsumen karena berbagai macam barang yang dibutuhkan dapat terpenuhi karena beragam pilihan yang ditawarkan melalui media sosial secara praktis dan tentunya menghemat waktu.

Akan tetapi dibalik kemudahan yang dirasakan oleh pelaku usaha maupun konsumen terdapat persoalan yaitu masalah ketidaksesuaian produk dengan spesifikasi yang diberikan di situs media online. Sebagai konsumen online kita tidak tahu dan tidak bisa melihat maupun memeriksa secara langsung apakah barang itu layak atau tidak. Di lain sisi, kondisi tersebut mengakibatkan kedudukan konsumen dengan pelaku usaha menjadi tidak seimbang, karena konsumen berada pada posisi yang lemah. Hal ini memberikan peluang atau celah bagi pelaku usaha untuk berbuat curang dalam kegiatan bisnisnya. Konsumen seringkali menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraih keuntungan melalui promosi atau trik penjualan yang merugikan yang dilakukan oleh pelaku usaha.<sup>3</sup>

Menurut hasil pemaparan dari Yayasan Konsumen Layanan Indonesia (YLKI) tercatat dari total keseluruhan yakni 642 aduan, 16% dari aduan tersebut adalah aduan yang menyangkut tentang kegiatan belanja online. Itu setara dengan 101 aduan dengan aduan yang tertinggi dibanding jenis aduan yang lainnya. Dari 101 aduan tersebut, 86% ditujukan kepada toko online yang berada dibawah naungan aplikasi khusus belanja online seperti shoppee, lazada, dan lain sebagainya. Sisanya diketahui berasal dari blog pribadi dan media sosial.

---

<sup>3</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia, Jakarta, h. 12

Permasalahan tersebut jelas menimbulkan akibat hukum karena hal tersebut dianggap sebagai bentuk pelanggaran dan larangan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Disamping itu dapat pula untuk dimintaa pertanggungjawaban kepada pelaku usaha karena telah mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Pelaku usaha dapat dituntut apabila prestasi yang ditawarkan melalui media sosial sangat menyimpang.

### **1.2. RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana pelaksanaan ganti rugi oleh pelaku usaha yang telah terbukti melakukan perbuatan melawan hukum berkaitan dengan ketidaksesuaian produk melalui jual beli online ?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pihak konsumen yang merasa dirugikan akibat produk yang diterima tidak sesuai ?

### **1.3. TUJUAN PENULSAN**

Penulisan jurnal ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan ganti rugi serta bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam hal terjadinya ketidaksesuaian produk yang diterima oleh konsumen belanja online, dan upaya hukum yang dapat diajukan oleh konsumen belanja online untuk mendapatkan hak – haknya.

## **II. ISI MAKALAH**

### **2.1. METODE PENULISAN**

Metode penulisan yang dilakukan dalam menyusun penelitian ini termasuk jenis penelitian yuridis empiris, pendekatan secara yuridis yaitu mengkaji suatu permasalahan yang muncul berdasarkan aspek hukum yaitu norma hukum yang masih berlaku dan diakui masyarakat pada umumnya. Suatu pendekatan secara empiris yaitu mengkaitkan dengan kenyataan

yang ada dalam kehidupan masyarakat. Permasalahan yang diteliti adalah mengenai hubungan faktor sosial dengan faktor yuridis.

## **2.2. HASIL DAN ANALISIS**

### **2.1.1. Pelaksanaan Ganti Rugi Oleh Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Online**

Pelaku usaha di dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak hanya dibebani hak dan kewajiban saja, akan tetapi di dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen juga menyatakan secara tegas mengenai beberapa kegiatan yang dilarang bagi pelaku usaha di dalam mengedarkan dan memperdagangkan produk barang dan/atau jasa.<sup>4</sup>

Pelaku usaha di dalam mengedarkan, menawarkan, mengiklankan, dan memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang di produksinya harus dilakukan dengan cara yang baik dan benar sesuai kondisi maupun standar mutu/ kualitas barang yang sesungguhnya atau dengan kata lain sesuai dengan wujud aslinya. Pelaku usaha harus bersikap jujur dan terbuka mengenai informasi yang berkaitan dengan harga atau tarif, kondisi sampai dengan jaminan atau hak ganti rugi atas produk yang ditawarkannya kepada konsumen.<sup>5</sup> Pelaku usaha juga dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu produk barang/ jasa dengan harga atau tariff khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika ternyata pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan kurun waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan atau

---

<sup>4</sup> Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2015, Graha Ilmu, Yogyakarta, h.62

<sup>5</sup> M. Nur Rasyid, 2017, "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik", Jurnal Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala, URL:

<http://jurnal.unsyiah.ac.id/SKLJ/article/download/963/7596>

diiklankan, hal tersebut sebagaimana telah tercantum dalam Pasal 12 Undang – Undang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seorang pelaku usah didalam memperdagangkan produk tidak boleh memaksakan kehendak agar konsumen yang tidak ingin membeli menjadi tertarik untuk membeli karena tipu muslihat yang dilakukan oleh pelaku usaha.<sup>6</sup>

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen, hal ini sebagaimana diatur dalam pasal 15 UU Perlindungan Konsumen. Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan diatas, perlu upaya pemberdayaan konsumen yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara intergratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.<sup>7</sup>

Disamping itu pelaku usaha pun dilarang untuk melakukak pelanggaran terhadap hak - hak konsumen. Hak konsumen secara eksplisit tertera pada Pasal 4 Undang –Undang No. 8 Tahun 1999, antara lain:<sup>8</sup> hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara

---

<sup>6</sup> *Ibid*, h.66

<sup>7</sup> A.A.Gde Agung Brahmanta, Ibrahim. R, I Made Sarjana, 2016, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Baku Jual Beli Perumahan Dengan Pihak Pengembang Di Bali”, Acta Comitas, Vol. 1 No. 2 edisi Oktober 2016, hal. 217, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/ActaComitas/article/view/24953/16186>, diakses tanggal 4 Juli 2019, 15.00 Wita.

<sup>8</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2000, Grasindo, Jakarta, h.4

patut, hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, dan hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sebagai konsekuensi dari adanya hak konsumen, maka pelaku usaha dibebankan oleh kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yakni :

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) Memberikan 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) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Seperti yang telah diamanatkan Undang – Undang No. 8 Tahun 1999, tak sedikit pelaku usaha yang mengabaikan hak – hak konsumen dan tidak menjalankan kewajibannya sesuai yang diamanatkan pada Undang – Undang No.8 Tahun 1999.

Dari hasil wawancara penulis dengan 6 orang pengguna layanan belanja online, mereka semua mengaku pernah mengalami ketidakpuasan oleh pelaku usaha karena barang atau produk yang mereka pesan tidak sesuai dengan kenyataan yang mereka terima. Produk yang sering mengalami ketidaksesuaian ialah dari produk pakian dari akun instagram bernama @amazed\_co. Saat memesan salah satu produk pakian yaitu baju kaos import, konsumen sudah yakin untuk memesan size atau ukuran yang berukuran XL dengan warna biru muda namun saat barang sampai di tangan konsumen yang diterima adalah ukuran S berwarna putih.

Selain produk pakian, produk yang sering menyimpang dari informasi yang diberikan oleh pelaku usaha online ialah case handphone. Beberapa konsumen mengakui pernah membeli case handphone di instagram dengan nama akun @sunmornaesthc. Namun saat barang sampai pada tangan konsumen sangat jauh berbeda dengan foto barang dan penjelasan yang dipajang pada postingannya. Bau lem yang menyengat dan tidak disertai bubblewrap pada packagingnya. Informasi yang mereka berikan pada produk tersebut sangat menarik perhatian konsumen untuk segera membelinya, selain itu harga yang mereka pajang tidaklah terbilang murah. Hal inilah yang sangat merugikan konsumen. Konsumen membayar mahal untuk produk case handphone yang mereka pikir akan memiliki kualitas tinggi, namun yang terjadi pada kenyataannya konsumen hanya membayar mahal dan mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan harga.

Terkait dengan persoalan tersebut, lebih tegas lagi Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang konsumen tersebut terima dengan barang yang tertera pada foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Hal tersebut menurut Undang – Undang dapat dikatakan sebagai perbuatan melanggar hukum. Pada Kitab Undang – Undang Hukum Perdata Pasal 1365 dijelaskan bahwa “tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

Adapun syarat-syarat perbuatan tersebut dapat dikategorikan sebagai perbuatan melanggar hukum, yakni : harus ada perbuatan yang dimaksud dengan perbuatan ini baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negative, artinya setiap tingkah laku berbuat atau tidak berbuat; perbuatan itu harus melawan hukum; ada kerugian; ada hubungan sebab akibat antara perbuatan melawan hukum itu dengan kerugian; dan ada kesalahan (schuld).<sup>9</sup>

Hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha timbul suatu kerugian sebagai akibat dari penggunaan, pemanfaatan serta pemakaian atas suatu barang tertentu yang dihasilkan oleh pelaku usaha, maka konsumen dalam hal ini keluhannya berhak untuk didengar. Konsumen juga berhak untuk memperoleh ganti kerugian dan sebaliknya pelaku usaha berkewajiban untuk

---

<sup>9</sup> R. Setiawan, 1999, Pokok-pokok Hukum Perikatan, Cetakan ke-6, Putra A Bardin, Bandung, h. 75.

mendengarkan keluhan konsumen dan memberi ganti rugi akibat kerugian konsumen.<sup>10</sup>

Pada Undang – Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah diatur tanggung jawab pelaku usaha pada Pasal 19 dimana dikatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang diperdagangkan. Ganti rugi yang dimaksud dapat berupa pengembalian uang atau pengembalian barang yang sejenis atau setara nilainya.

Namun yang terjadi kedua pelaku usaha online dengan nama akun instagram @amazed\_co dan @sunmornaesthc tidak melakukan konfirmasi apapun kepada konsumen yang menuntut refund atau pengembalian uang atau barang. Pelaku usaha mengabaikan tanggung jawabnya yang telah mengakibatkan kerugian pada konsumen. Oleh karena itu konsumen dapat melakukan gugatan kepada pelaku usaha tersebut.

### **2.2.2. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen**

Permasalahan sengketa konsumen antara pelaku usaha dan konsumen masih sering terjadi di dalam pergaulan hidup masyarakat, oleh karena itu dibutuhkan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pihak – pihak terkait di dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi.<sup>11</sup> Dalam rangka memberikan jaminan adanya kepastian hukum untuk melindungi hak – hak konsumen yang dilanggar oleh pihak pelaku usaha, pemerintah membentuk

---

<sup>10</sup> Ni Komang Ayu Nira Relies Rianti, 2017, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Hal Terjadinya Hortweighting Ditinjau Dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, Vol. 6, No. 4 : 521 – 537 edisi 2017, hal. 529, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/22288/20922>, diakses tanggal 14 Juli 2019 Pukul 14.00 Wita.

<sup>11</sup> Eli Wuria Dewi, *op.cit*, h.105

lembaga – lembaga yang berwenang untuk menangani masalah – masalah hak konsumen sesuai dengan ketentuan Undang – Undang yang berlaku. Salah satunya ialah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 memberikan dua macam ruang untuk menyelesaikan sengketa konsumen, yaitu penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan dan penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Hal ini lebih lanjut diatur dalam Pasal 45 ayat (1) yang berbunyi "Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum." Dan pada Pasal 47 UU No.8 Tahun 1999 yang berbunyi "penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu ununtuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen."<sup>12</sup>

Upaya hukum baik melalui jalur pengadilan(litigasi) atau di luar pengadilan (non litigasi) dapat dilakukan oleh konsumen jika merasa hak – hak nya dilanggar. Namun tak sedikit konsumen yang tidak berani melaporkan tindakan atas kecurangan pelaku usaha yang dilakukan kepada konsumen keLembaga Perlindungan Konsumen. Alasannya ialah biaya penyelesaian perkara yang mahal yang mereka anggap tidak sebanding dengan harga barang yang mereka beli. Dan juga sangat memakan waktu yang banyak.

---

<sup>12</sup> Rifan Adi Nugraha, "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online*", 2014, *Jurnal Serambi Hukum* Vol.08, h. 98, URL : <https://docplayer.info/55806637-Perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online-oleh-rifan-adi-nugraha-jamaluddin-mukhtar-hardika-fajar-ardianto.html>, diakses tanggal 4 Agustus 2019, pukul 17.00 Wita.

Selain itu ketidak pahamnya konsumen dengan hukum yang berlaku dan tidak mengerti atau tidak tahu apa yang seharusnya mereka lakukan jika mereka tidak mendapatkan hak - haknya kepada pelaku usaha yang curang.

### **III. PENUTUP**

#### **3.1. KESIMPULAN**

1. Berdasarkan hasil penelitian, tanggung jawab pelaku usaha online untuk memberikan ganti rugi akibat dari kerugian konsumen berkaitan dengan ketidaksesuaian produk yang diberikan oleh pelaku usaha belum dilaksanakan secara optimal dan efektif sesuai dengan peraturan perundang - undangan yang berlaku yakni pada Pasal 19 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Perlindungan Konsumen memberikan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen dalam hal mengalami kerugian akibat jual beli online dengan dua cara yaitu melalui jalur pengadilan (litigasi) dan di luar pengadilan (non litigasi). Namun pada kenyataannya kedua cara tersebut pun belum dilakukan oleh konsumen karena minimnya pengetahuan tentang tata cara pengaduan perkara dan masalah biaya perkara.

#### **3.2. SARAN**

1. Bagi pelaku usaha online seharusnya sadar akan perbuatannya yang telah melanggar ketentuan hukum dan merugikan pihak - pihak yang mempercayai produk yang diperjualkan melalauai situs belanja online. Pelaku usaha hendaknya sadar akan kewajibannya untuk melayani

konsumen semaksimal mungkin dan bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi atas perbuatan yang merugikan konsumen. Sudah sepantasnya pelaku usaha mengretre dan memahami apa yang menjadi hak dan kewajiban mereka yang telah dibebankan pada pasal 6 UU No.8 Tahun 1999 di dalam menjalankan usahanya, sehingga tidak ada pihak yang menderita kerugian akibat kelalaian dan itikad baik yang sering mereka lakukan.

2. Untuk memperjuangkan hak – hak konsumen, seharusnya konsumen bertindak aktif menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha. Usaha yang tidak memakan biaya dan memerlukan banyak waktu ialah dengan cara musyawarah atau penyelesaian di luar pengadilan (non litigasi) dan diharapkan juga dengan cara non litigasi konsumen benar – benar dapat memperjuangkan hak – haknya yang telah diabaikan pelaku usaha online tersebut. Ketidaktahuan konsumen terhadap hak-haknya juga masih menjadi faktor yang mendominasi. Maka dari itu edukasi terhadap hak-hak konsumen harus terus dilakukan. Terungkapnya kasus pelanggaran juga membutuhkan konsumen yang kritis dan berani.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU – BUKU :**

Dikdik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Refika Aditama, Bandung.

Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta.

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia, Jakarta.

Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2015, Graha Ilmu, Yogyakarta.

- Ahmad Miru, 2011, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2000, Grasindo, Jakarta.
- R. Setiawan, 1999, *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Cetakan ke-6, Putra A Bardin, Bandung.

**PERATURAN PERUNDANG – UNDANGAN:**

Kitab Undang – Undang Hukum Perdata

Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

**JURNAL:**

- Ni Komang Ayu Nira Relies Rianti, 2017, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Hal Terjadinya Hortweighting Ditinjau Dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, Vol. 6, No. 4 : 521 – 537 edisi 2017 , URL : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/47354/28432>
- M. Nur Rasyid, 2017, “Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik” , *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala*, URL:<http://jurnal.unsyiah.ac.id/SKLJ/article/download/963/7596>
- Rifan Adi Nugraha, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online”, 2014, *Jurnal Serambi Hukum* Vol.08, URL : <https://docplayer.info/55806637-Perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online-oleh-rifan-adi-nugraha-jamaluddin-mukhtar-hardika-fajar-ardianto.html>