

TANGGUNGJAWAB PRODUSEN TERHADAP BARANG YANG DIJUAL ONLINE TIDAK SESUAI FOTO IKLAN

Made Ayu Citra Putri Sani, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail putricitra737@gmail.com

I Made Dedy Priyanto, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail
e-mail dedy_priyanto@unud.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2022.v10.i12.p09>

ABSTRAK

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum terkait transaksi produk yang diperjualbelikan melalui toko online yang menyimpang dari foto iklan pada sebuah e-commerce atau marketplace yang dimana penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai bagaimana bentuk tanggung jawab yang diberikan produsen terhadap barang yang tidak sesuai foto iklan kepada konsumen. Metode penelitian yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka, yang dimana dalam penelitian ini menjelaskan permasalahan-permasalahan yang diteliti, untuk selanjutnya dibahas dengan kajian yang berdasarkan teori-teori hukum kemudian dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam praktek hukum. Setelah dilakukan analisis, disimpulkan bahwa adanya perlindungan hukum bagi konsumen yang tertuang pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen. Tanggung jawab pelaku niaga yang mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan iklan gambar transaksi di pasar dalam bentuk pelaksanaan hak konsumen yang dilanggar harus mendapat kompensasi ganti rugi yang dari pelaku usaha berdasarkan perjanjian pembelian online dan dapat ditafsirkan sesuai isi dari pasal 53 (1) PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik .

Kata Kunci : Tanggung jawab, perdagangan online, tidak sesuai foto iklan

ABSTRACT

This study aims to find out how the form of legal protection related to product transactions that are traded through online stores that deviate from photo advertisements in an e-commerce or marketplace where this research is expected to be able to provide information about how the form of responsibility given by producers to goods that are not according to advertising photos to consumers. The research method is carried out by examining library materials, which in this study explain the problems studied, to be further discussed with studies based on legal theories and then linked to the applicable laws and regulations in legal practice. After the analysis, it is concluded that there is legal protection for consumers as stipulated in Law no. 8 of 1999 concerning consumer protection. The responsibility of merchants who send goods that are not in accordance with the image advertisement of transactions in the market in the form of the implementation of violated consumer rights must receive compensation from business actors based on online purchase agreements and can be interpreted according to the contents of article 53 (1) PP No. 71 of 2019 concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions.

Keywords: Responsibility, online trading, not according to the ad photo

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Belakangan ini, segala tingkah laku manusia hampir tidak dapat dipisahkan dari aktivitas *online* dan internet. Oleh karena itu, strategi pemasaran produk *online* sangat penting dan dapat diandalkan dalam bisnis. Belanja *online* kini sedang digandrungi masyarakat Indonesia. Terlebih dengan keadaan yang terjadi sekarang yakni pandemi

Covid-19 dimana menyebabkan sebagian besar masyarakat luas mempertimbangkan untuk berbelanja melalui media elektronik. Selain berbelanja online, konsumen juga dapat dengan mudah dan cepat membandingkan harga dari berbagai penjual. Belanja *online* adalah *e-commerce* yang mana pengguna membeli barang yang secara langsung dari pelaku usaha dengan tidak adanya bantuan perantara. Segala *e-commerce* maupun *marketplace* yang populer di Indonesia sejak awal tahun 2006, dari sinilah peningkatan jumlah transaksi secara *online* terlihat mulai tahun 2008.

Tak jarang, belanja *online* juga menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Contoh kekecewaan konsumen adalah barang yang tidak sesuai dengan foto iklan, hal ini tentunya harus dijelaskan oleh produsen kepada konsumen. Faktor penyebab lemahnya posisi konsumen dalam belanja *online* adalah karena rendahnya kesadaran konsumen di Indonesia tentang pemahaman konsumen dengan hak-hak yang dimilikinya. Produsen harus memberikan informasi kepada konsumen tentang hak, tanggung jawab, dan kewajiban semua pihak terkait serta menjelaskan tata cara pengajuan pengaduan sebagaimana diatur dalam "Pasal 28 (1) serta (2) tertuang di PP No. 71 Tahun 2019 terkait Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Adanya perlindungan hukum yang mengarah pada konsumen keberadaannya cukup dipertimbangkan guna meminimalisir terjadinya ketidakpuasan konsumen akibat adanya suatu kerugian"¹. Maka membutuhkan cara untuk melindungi hak para pihak, seperti upaya berbisnis *online* sesuai etika dan norma. Dalam penjualan *online* pelaku ekonomi bebas berjualan secara *online* dan terkadang pelaku ekonomi tidak memperhatikan hak konsumen tersebut, yang pada akhirnya memberatkan konsumen karena konsumen sangat mementingkan jual beli di penjual².

Mengikuti adanya pasal 4 sampai dengan 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, secara jelas berbicara tentang berbagai hak dan kewajiban para konsumen dan pelaku ekonomi terkhusus di Indonesia. Selanjutnya landasan hukum yang menguasai pasar adalah PP RI No. 71 Tahun 2019 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Aturan hukum tersebut memiliki fungsi utama yakni memberikan perlindungan dengan hukum dan kepastian hukum terhadap berfungsinya aturan dan transaksi pada media elektronik. Munculnya permasalahan produk dengan foto yang memiliki ketidaksesuaian pada listing yang dilampirkan pada obral memaparkan rendahnya peran konsumen untuk sebuah transaksi melalui *e-commerce* ataupun *marketplace*, walaupun hal ini tidak menunjukkan seorang penjual bebas menjual barangnya tanpa mengindahkan peraturan-peraturan yang ada. Konsumen tetap memiliki hak mendapatkan data fotografis yang benar dan serasi dengan produk yang akan mereka beli. Penjual dalam *e-commerce* harus menyadari tanggung jawabnya dalam melakukan transaksi elektronik di *e-commerce* agar tidak merugikan konsumen.

Penelitian terdahulu oleh Harish Wien Saputra yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan (Studi Kasus pada Produk Kangen Water)" membahas mengenai perlindungan konsumen atas iklan yang menyesatkan dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap timbulnya kerugian bagi konsumen akibat adanya isi iklan menyesatkan pada brosur produk "Kangen Water". Penelitian selanjutnya yaitu oleh Ridho Ardiansyah mengenai "Tanggung Jawab Penjual Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan Pada Situs Jual-Beli Online Lazada"

¹ Fitriano, R. A. Kebijakan formulasi hukum pidana dalam melindungi transaksi e-commerce di Indonesia. *Law Reform*. (2011), 76-108.

² Nuswantoro, A.. "Sifat Final dan Mengikat Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember 2021).

pada penelitian ini membahas implementasi pemenuhan hak konsumen dari Lazada dalam pengembalian barang terhadap barang yang tidak sesuai iklan dari penjual. Dari penjelasan di atas penelitian ini berfokus untuk membahas bagaimana bentuk perlindungan hukum terkait transaksi produk yang diperdagangkan secara online tidak sesuai dengan foto iklan pada sebuah *e-commerce* atau *marketplace* dan pertanggungjawaban produsen selaku pelaku usaha terhadap produk yang tidak sesuai dengan foto iklan yang merugikan konsumen, secara lebih mendalam.

1.2. Rumusan Masalah :

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terkait transaksi produk yang diperdagangkan secara online tidak sesuai dengan foto iklan pada sebuah *e-commerce* atau *marketplace*?
2. Apa bentuk tanggung jawab yang diberikan produsen terhadap barang yang tidak sesuai foto iklan kepada konsumen ?

1.3. Tujuan Penulisan

Dengan adanya paparan permasalahan yang di atas maka dapat disimpulkan penelitian ini memiliki tujuan utama yakni untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum terkait transaksi barang yang dibeli secara *online* tidak sesuai dengan foto iklan pada sebuah *e-commerce* atau *marketplace* yang mana disisi lain juga diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi mengenai bentuk tanggung jawab yang diberikan produsen terhadap barang yang tidak sesuai foto iklan kepada konsumen.

2. Metode Penelitian

Dalam artikel ini, metode yang dipakai akan berfokus untuk menggunakan metode berupa pengambilan bahan hukum secara normative sesuai dengan referensi yang ada. Penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, untuk menjawab berita hukum yang dihadapi. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan meneliti bahan pustaka, dimana analisis ini menjelaskan bagaimanapun pokok permasalahan yang diteliti, yang kemudian disebutkan dengan kajian-kajian yang mendukung teori-teori hukum dan dikaitkan dengan hukum dan aturan yang berlaku dalam hukum yang berlaku.

Pendekatan analisis konsep hukum adalah pendekatan yang biasa dilakukan untuk memahami ide-ide aturan yang jelas terkait tanggung jawab produsen atas produk yang dijual secara online tidak sesuai dengan materi promosi foto.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Perlindungan Hukum Terkait Transaksi Barang Yang Dibeli Secara Online Tidak Sesuai Dengan Foto Iklan Pada Sebuah *E-commerce* atau *Marketplace*

Bentuk usaha berupa pencegahan yang mana digunakan sebagai perlindungan terhadap konsumen bukan menjadi hal yang p namun disisi lain perlu adanya tindakan berupa pencegahan secara represif yang mengarah pada banyak bidang sebagai perlindungan terhadap konsumen. Hal itu diperkuat dengan prinsip bahwa konsumen mempunyai hak atas informasi sangatlah penting dikarenakan dengan adanya hak tersebut setidaknya mampu memberikan gambaran pada konsumen terkait barang atau produk yang sedang diperlukan, oleh karena itu dengan adanya hak tersebut akan menambah keyakinan pada konsumen tidak atau membelinya suatu produk yang memang diinginkan serta disamping itu juga mampu mencegah terjadinya kerugian atau kecurangan yang

diakibatkan adanya informasi yang tidak sesuai.³ Adanya informasi yang tidak bertolak belakang dengan produk yang diiklankan mengarah pada ketentuan yang sangatlah berpengaruh untuk para pengguna sebelum akhirnya mereka mengeluarkan biaya untuk suatu produk yang mereka inginkan. Perlindungan yang diberikan terhadap konsumen mengarah pada dua poin penting meliputi perlindungan terhadap ketidaksesuaian produk dengan foto iklan yang dipasang atau diluar janji yang telah disepakati, serta perlindungan terhadap adanya beberapa syarat yang nantinya akan merugikan para konsumen.⁴ Seorang pelaku usaha yang mengirimkan sebuah produk yang bertolak belakang dengan foto iklan atau kesepakatan boleh dianggap sebagai tindakan wanprestasi, hal itu disebabkan seorang pelaku usaha telah melakukan penyimpangan dari kewajiban yang seharusnya mereka lakukan yang mana telah menyebabkan kerugian pada konsumen.

Adapun proteksi hukum terhadap para pengguna telah tertuang penuh pada UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Selain itu pada pasal 8 ayat (1) huruf f UU No. 8 Tahun 1999 melarang keras produsen ekonomi menawarkan atau menjualbelikan suatu produk berupa barang atau jasa yang tidak memiliki kesesuaian dengan kesepakatan yang ada tercantum dalam sebuah catatan, label, deskripsi, sponsor atau promosi dalam transaksi jual beli barang maupun jasa jasa tersebut. Didalam “pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen diperjelas bahwasannya seorang konsumen memiliki banyak hak yang salah satunya salah satunya mengarah pada mendapatkan info yang sinkron dan benar terhadap prosuk yang diperjualbelikan serta jaminan ganti rugi. Sebagai konsumen menurut Pasal 4 huruf h UU No. 8 Tahun 1999, memiliki hak untuk menerima ganti rugi jikalau produk yang berupa barang atau jasa yang telah diterima tak memiliki kesesuaian dengan foto yang ada pada sebuah iklan”. Apabila ganti rugi, ganti rugi, dan penggantian harta kekayaan tersebut tidak dilakukan, seorang produsen dapat dijatuhi hukum pidana hingga penjara paling lama 5 tahun hingga sebuah denda mencapai Rp. 2 miliar.

Adapun hak-hak konsumen sebagaimana tertuang dalam “Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan 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 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 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.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya”.

³ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 41.

⁴ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2018), hlm.6

Selanjutnya adapun kewajiban konsumen berdasarkan “Pasal 5 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

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

Sebelumnya kita tahu bahwasannya transaksi secara *online*, baik melalui *e-commerce* maupun melalui media lain seperti media sosial, yang mana mengarah pada sebuah transaksi dengan media elektronik yang mendapat pengakuan dan akan dilindungi oleh PP Nomor 71 Tahun 2019 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. “Dalam pasal 48 ayat (1) dan (3) PP No. 71 Tahun 2019 mengenai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur pada seorang produsen ekonomi yang memberikan penawaran produk melalui sistem telematika yang nantinya akan memberikan info yang sesuai dan menyeluruh terkait pada syarat dalam menjalankan kontrak, seorang pelaku ekonomi dan produk yang diperdagangkan, selanjutnya pengusaha diharuskan mengkompensasi batas waktu dimana konsumen atau pengguna diwajibkan memulangkan kembali produk yang diterima dikalau tidak adanya kesesuaian dengan foto iklan ataupun janji yang telah disepakati”.

Seorang pembeli yang merasa dicurangi tentunya memiliki hak untuk melakukan penggugatan terhadap pelaku usaha dengan menggunakan bantuan institusi yang akan memberikan solusi pada persengketaan antara konsumen dengan pelaku usaha atau dengan cara lain yakni dengan menggunakan peradilan umum (litigasi) sesuai dengan apa yang dijelaskan didalam “pasal 45 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen”. “Seorang konsumen diperbolehkan mengatasi permasalahan mereka sendiri dengan tidak melibatkan jalur pengadilan, yang mana hal itu tertuang dalam pasal 45 ayat (2) UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan terhadap konsumen”.⁵ Oleh karena itu, pengguna yang jika nantinya dirugikan akibat produk yang mereka terima tidak sesuai dengan foto iklan atau kesepakatan, mereka dapat menggunakan banyak hukum sebagai dasar untuk mereka dalam mendapatkan perlindungan hukum.

3.2. Bentuk tanggung jawab yang diberikan produsen terhadap barang yang tidak sesuai foto iklan kepada konsumen

Menurut “Pasal 7 huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Pelaku usaha diharuskan memberikan kompensasi, ganti rugi serta / atau penggantian apabila barang serta /atau jasa yang didapatkan atau digunakan tidak sinkron dengan perjanjian”. Tanggung jawab lahir saat pribadi melakukan perilaku yang nantinya akan menyebabkan munculnya akibat. Dapat dianggap bahwa produsen ekonomi yang menjual produk yang tidak sesuai dengan foto iklan telah menjalankan sebuah tindakan tidak terpenuhi, diakibatkan penggugat gagal memenuhi kewajibannya dalam kontrak elektronik, yang menyebabkan kerusakan pada konsumen. Akibatnya,

⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, “Hukum Perlindungan Konsumen”, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hlm. 126.

pelaku usaha harus mengirimkan barang sesuai kesepakatan pasar untuk mencapai tujuan yang digariskan dalam kontrak jual beli.⁶

Transaksi jual beli secara *online* penjual (merchant) pada sebuah *marketplace* harus berisikan segala kewajiban yang telah termuat dalam UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan terhadap konsumen. Segala apa yang termuat dalam UU PK yang mana difungsikan guna memberikan memberikan sebuah proteksi perlindungan terhadap para pembeli supaya tidak adanya pelanggaran terhadap berbagai hak yang dimiliki para pengguna yang nantinya dapat menciptakan transaksi yang sportif antara konsumen dengan pelaku niaga.

Dalam "Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tersebut diterangkan bahwasannya seorang produsen ekonomi wajib menyerahkan segala info yang sebenar-benarnya, sesuai, dan bersikap jujur terhadap kondisi dan berani memberikan jaminan terhadap barang, sehingga jikalau pelaku niaga mengantarkan sebuah produk yang tidak memiliki kesesuaian dengan citra pada pasaran, ia dianggap melakukan kecurangan terhadap kewajibannya sendiri". Oleh karena itu pertanggungjawaban pelaku niaga akibat pengiriman barang yang tidak sesuai citra dalam transaksi pasar menurut pasal "7 huruf f UU no. 8 tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen, produsen niaga diharuskan memberikan ganti rugi, serta /atau ganti rugi atas kerugian ketika dilakukan penggunaan, penggunaan produk berupa barang maupun jasa yang dipertukarkan. Disisi lain, seorang produsen dalam ekonomi juga wajib mengompensasi berupa ganti rugi jikalau produk yang diturkan mengalami cacat, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen yang mana telah termuat didalam pasal 19 ayat 1 UU No. 8 tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen. Oleh karena itu, produsen korporasi memiliki tanggung jawab penuh yang mengarah untuk semua kerugian yang dialami para pengguna, karena pertanggungjawabannya tidak terbatas pada kecacatan pada produk".

Selain itu, dalam "pasal 19 ayat 4 UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan terhadap konsumen, disebutkan bahwa komepnasasi ganti kerugian tak menghilangkan jikalau memungkinkan banding pidana yang didasari oleh adanya bukti berkelanjutan terhadap kesalahan yang telah dilakukan". Akan tetapi, jikalau pedagang telah melakukan pembelaan terhadap pengaduan yang diajukan oleh pembeli yang tentunya dilengkapi dengan bukti-bukti yang kuat yang menunjukkan kesalahan dilakukan oleh konsumen sendiri, maka menurut "Pasal 19 (5) UU No. 8 tahun 1999 mengenai perlindungan terhadap konsumen, penjual niaga tidak berkewajiban memenuhi kompensasi ganti rugi kepada pembeli". Untuk itu para penjual (merchant) dalam toko onlinenya di pasar membuat

beberapa aturan, syarat mapun ketentuan yang dibuat, yang mana ditujukan guna membuktikan tidak selamanya kesalahan dalam transaksi itu merupakan murni kesalahan dari penjual, melainkan bisa saja juga karena adanya kesalahan dari pihak konsumen.

Apabila bentuk kompensais berupa ganti rugi yang diberikan oleh produsen karena ketidaksesuaian prosuk dengan foto iklan jika tidak searah dengan apa yang tertera dalam pasal 19 ayat 2 UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan terhadap konsumen, boleh dilakukan pergantian dengan mempertimbangkan barang yang memang sejenis dan memiliki nila harga yang setara, bisa juga dengan bentuk asuransi perawatan kesehatan ataupun kompensasi ganti rugi yang tentunya mengarah pada isi dari PPU yang sedang berlaku. Peraturan yang setara UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen mengatur bebrapa peraturan terhadap masa tenggang kompensasi ganti rugi, dilaksanakan

⁶ Andhika Mediantara Primayoga et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online", *Diponegoro Law Journal* Vol. 8, Nomor 3, (2019)

selama batas waktu 7 (tujuh) hari sejak dimulainya proses akad jual beli. Selain itu, dalam pasal 19 ayat 4 UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen, disebutkan kompensasi ganti kerugian tak menghilangkan jikalau memungkinkan banding pidana yang didasari oleh adanya bukti berkelanjutan terhadap kesalahan yang telah dilakukan.

Akan tetapi, jikalau pedagang telah melakukan pembelaan terhadap pengaduan yang diajukan oleh pembeli yang tentunya dilengkapi dengan bukti-bukti yang kuat yang menunjukkan kesalahan dilakukan oleh konsumen sendiri, maka menurut "Pasal 19 (5) UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, penjual niaga tidak berkewajiban memenuhi kompensasi ganti rugi kepada pembeli". Untuk itu para penjual (merchant) dalam toko onlinenya di pasar membuat beberapa aturan, syarat maupun ketentuan yang dibuat, yang mana ditujukan guna membuktikan tidak selamanya kesalahan dalam transaksi itu merupakan murni kesalahan dari penjual, melainkan bisa saja juga karena adanya kesalahan dari pihak konsumen.

Juga diatur pada "Pasal 46 PP No. 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik bahwa transaksi elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak dan selanjutnya yang mana penyelenggaraan transaksi elektronik tersebut dilakukan wajib memiliki itikad baik, transparansi, prinsip kehati-hatian, akuntabilitas, dan kewajaran".

Perjanjian pembelian melalui media elektronik dianggap resmi dan terikat jikalau proses penerimaan yang dilakukan melalui media *online* yang tentunya serah dengan aturansistematika teknis daripada segala syarat dan prasyarat dalam perdagangan elektronik. Akan tetapi, dalam hal adanya kejadian yang tidak sesuai antara penawaran elektronik dengan aseptasinya, tak adanya keberhasilan mengenai perjanjian yang didasari penjelasan didalam "pasal 44 (1) dan (2) PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik". Terjadinya akad transaksi secara *online* melalui toko *online* bermula saat pengguna memilah tombol persetujuan ketika mulai memilih suatu produk untuk dibeli, namun untuk ketetapan suatu produk dengan persetujuan diketahui produk yang dibeli sudah diterima oleh pembeli. Dengan demikian, kesepakatan disepakati saat pengguna telah menerima produk yang telah dibeli dengan pemenuhan janji dari pelaku ekonomi.

Dengan terpenuhinya perjanjian yang telah disepakati maka pihak dari konsumen dapat melakukan pembayaran kepada pelaku usaha. Adanya perjanjian kontrak secara elektronik yang mana berupa kesepakatan dalam transaksi jual beli. "Pada Pasal 53 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik memberikan penjelasan terkait berbagai informasi Kontrak Elektronik yang mestinya disesuaikan dengan penawaran dan memuat paling sedikit beberapa poin pentingnya".

Perjanjian pembelian melalui media elektronik dianggap resmi dan terikat jikalau proses penerimaan yang dilakukan melalui media *online* yang tentunya serah dengan aturansistematika teknis daripada segala syarat dan prasyarat dalam perdagangan elektronik. Akan tetapi, dalam hal adanya kejadian yang tidak sesuai antara penawaran elektronik dengan aseptasinya, tak adanya keberhasilan mengenai perjanjian yang didasari penjelasan didalam "pasal 44 (1) dan (2) PP Nomor 71 Tahun 2019 yang tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik". Terjadinya akad transaksi secara *online* melalui toko *online* bermula saat pengguna memilah tombol persetujuan ketika mulai memilih suatu produk untuk dibeli, namun untuk ketetapan suatu produk dengan persetujuan diketahui produk yang dibeli sudah diterima oleh pembeli. Dengan demikian, kesepakatan disepakati saat pengguna telah menerima produk yang telah dibeli dengan pemenuhan janji dari pelaku ekonomi.

Dengan terpenuhinya perjanjian yang telah disepakati maka pihak dari konsumen dapat melakukan pembayaran kepada pelaku usaha. Adanya perjanjian kontrak secara elektronik yang mana berupa kesepakatan dalam transaksi jual beli. "Pada Pasal 53 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik memberikan penjelasan terkait berbagai informasi Kontrak Elektronik yang mestinya disesuaikan dengan penawaran dan memuat paling sedikit beberapa poin pentingnya yakni:

- a. Identitas asli dari pihak-pihak yang terkait;
- b. Spesifikasi atau kualitas dari barang atau jasa yang ditawarkan;
- c. Tingkat legalitas dari barang atau jasa yang ditawarkan;
- d. Bentuk dari nilai transaksi dalam perdagangan;
- e. Segala syarat dan periode waktu pembayaran;
- f. Tahapan operasional dalam pengiriman barang;
- g. Tata cara pengembalian Produk jikalau terjadi ketidaksesuaian antara barang dan/atau jasa yang diterima dengan yang kesepakatan yang dibuat;
- h. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; dan
- i. Pilihan lain berupa hukum dalam menyelesaikan sengketa PMSE".

Dengan meninjau isi dari "pasal 53 ayat (1) huruf b PP No. 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, diperjelas bahwasannya pada transaksi jual beli dengan media *online* diharuskan adanya cantuman mengenai info atau spesifikasi dari produk yang ditawarkan". Sehingga pasal tersebut menerangkan jikalau wajib adanya prosedur dalam mengembalikan produk apabila produk yang diterima tidak memiliki kesesuaian dengan foto iklan yang dipasang. Seorang pelaku ekonomi diharuskan menyantumkan langkah-langkah dalam melakukan pembatalan dan jika memungkinkan terjadi perbedaan pendapat diharuskan menyantumkan pilihan berupa hukumnya yang mana sesuai dalam isi dari pasal 53 (1) PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Disisi lain, "didalam pasal 53 (1), kontrak elektronik tidak bisa mengenakan klausula baku yang merugikan konsumen seperti yang diatur dalam UU PK". Oleh karena itu, pedagang di pasar dilarang menetapkan syarat dan ketentuan toko onlinenya yang akan merugikan konsumen, seperti tidak mengakui keluhan konsumen. Hal ini juga berlaku untuk pasar itu sendiri, sehingga pasar harus berpedoman pada undangundang perlindungan konsumen dalam melakukan tindakan terhadap segala aktivitas pasar.

Penjual juga harus memastikan bahwa "sebelum mengirim barang kepada pembeli, untuk memeriksa kembali barang itu harus sesuai dengan yang dijanjikan dengan yang dijual di pasar. Hal ini dijelaskan dalam pasal 64 ayat (1) huruf d peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa dalam setiap pengiriman barang dan/atau jasa melalui jasa kurir atau mekanisme pengiriman lainnya, pelaku niaga wajib menjamin kesesuaian Barang dan/atau Jasa/atau Jasa yang diberikan. Pasal ini secara tidak langsung bertujuan untuk menghindari kerugian bagi konsumen dan pelaku ekonomi itu sendiri sebelum pembeli menerima barangnya".

Tanggung jawab ada Jika penjual pasar (pedagang) gagal memenuhi perjanjian yg disepakati sesuai dengan info yg diberikan. dalam hal ini, penjual berkewajiban buat memberikan ganti rugi yang wajar pada konsumen atas ketidaksesuaian barang tersebut. Merchant bertanggung jawab untuk seluruh konten yang disebarkan, bertanggung jawab atas syarat dan keputusan yang dibuat oleh penyedia platform, serta atas segala keluhan atau laporan terkait konten yang didistribusikan.

Oleh karena itu, pelaku perdagangan yang melakukan jual beli online pada pasar wajib memahami hak dan kewajiban para pihak pada jual beli online dan memahami cara penyelesaian yg diberikan sang aplikasi sistem serta pembayaran elektro, yang diklaim pasar. Pelaku niaga yg mengirim barang tidak sinkron gambar pun wajib memenuhi hasrat konsumen yang meminta ganti rugi, serta sebagai bentuk perlakuan baik bagi pelaku niaga di jual beli online menggunakan memenuhi kewajibanny.⁷

4. Kesimpulan

Di satu sisi, perlindungan konsumen atas barang yang tidak beredar di pasaran mirip dengan iklan foto dalam perjalanan dapat memanfaatkan berbagai landasan hukum yang dapat dijadikan perlindungan hukum seperti Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Maksud dari landasan hukum tersebut adalah untuk meneruskan kepastian hukum transaksi elektronik maka konsumen dapat diyakinkan saat melakukan jual beli secara online. Seorang pembeli yang merasa dicurangi tentunya memiliki hak untuk melakukan penggugatan terhadap pelaku usaha dengan menggunakan bantuan institusi yang akan memberikan solusi pada persengketaan antara konsumen dengan pelaku usaha atau dengan cara lain yakni dengan menggunakan peradilan umum (litigasi) sesuai dengan apa yang dijelaskan didalam

Berdasarkan perjanjian jual beli online yang dapat diartikan sebagai isinya, pedagang yang mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan gambar iklan transaksi di pasar harus diberi ganti rugi oleh pelaku usaha karena melanggar hak konsumen yang dapat ditafsirkan isi dari pasal 53 (1) PP No. 71 Tahun 2019 mengenai penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik

Daftar Pustaka

Buku

- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (PT. Raja Grafindo Persada 2004)
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika 2011)
- Fitriono, R. A. *Kebijakan formulasi hukum pidana dalam melindungi transaksi ecommerce di Indonesia* (2011)
- Miru, Ahmad dan Yodo, Sutarman, , *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada 2004)
- Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana 2018)

Jurnal

- Hakiki, Aditya Ayu, Asri Wijayanti, and Rizania Kharismasari. "Perlindungan hukum bagi pembeli dalam sengketa jual beli online." *Justitia Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2017).
- Primayoga, Andhika Mediantara, Hendro Saptono, and Rinitami Njatrijani. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online." *Diponegoro Law Journal* 8, no. 3 (2019): 1732-1743.
- Desiani, Amila, Muhamad Amirulloh, and Agus Suwandono. "Implementasi asas itikad baik dalam perlindungan konsumen atas pembatalan transaksi yang dilakukan oleh situs belanja elektronik." *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 2, no. 1 (2018): 56-68.

⁷ Herlin Setiani dan Muhammad Taufiq, "Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Dalam Perdagangan Elektronik Dikaitkan Dengan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Living Law* Vol. 10, No. 2, (2018)

- Setiani, Herlin, and Muhammad Taufiq. "Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Dalam Perdagangan Elektronik Dikaitkan Dengan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Ilmiah Living Law* 10, no. 2 (2018): 114-127.
- Primayoga, Andhika Mediantara, Hendro Saptono, and Rinitami Njatrijani. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online." *Diponegoro Law Journal* 8, no. 3 (2019): 1732-1743.
- Setiani, Herlin, and Muhammad Taufiq. "Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Dalam Perdagangan Elektronik Dikaitkan Dengan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Ilmiah Living Law* 10, no. 2 (2018): 114-127.
- Setyorini, Dini, Ety Nurhayaty, and Rosmita Rosmita. "PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (e-Commerce) TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)." *Jurnal Mitra Manajemen* 3, no. 5 (2019): 501-509.

Tesis/Disertasi

- Nuswantoro, Asprilla. "Sifat Final dan Mengikat Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." PhD diss., Universitas Muhammadiyah Jember, 2021.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019, Lembaran Negara

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999