



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Elektronik

Robi Maula

Mahasiswa Fakultas Hukum Untag Surabaya

Email: robimaula37@gmail.com

Akun Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2837-3864>

ID Publon : 5332547

ID Google Scholar : xemscdMAAAAJ

Endang Prasetyawati

Dosen Fakultas Hukum Untag Surabaya

Email: endang_pras@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi elektronik, akan tetapi kondisi tersebut disatu sisi sangat menguntungkan konsumen, karena konsumen lebih mudah untuk mendapatkan barang yang dibeli tetapi di sisi lain pelanggaran terhadap hak-hak konsumen seperti hak atas informasi sangat riskan terjadi, maka dari itu diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik.

Mengingat bahwa transaksi elektronik yaitu bertransaksi secara online tanpa bertemu secara langsung, maka rumusan masalah dalam peneliti adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas hak informasi dalam transaksi elektronik?, bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan?

Penelitian ini yang digunakan yuridis normatif yang dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Teknik pengumpulan dengan cara studi pustaka untuk menganalisis sumber-sumber yang berhubungan dengan permasalahan.

Kesimpulan dari penelitian terhadap hak-hak konsumen khususnya pemenuhan hak informasi yang benar masih sering diabaikan para pelaku usaha dan perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen belum dapat berjalan semestinya. Upaya penyelesaian hukum apabila konsumen dirugikan adalah pelaku usaha adalah melakukan ganti rugi yang diatur dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK. Upaya penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur pengadilan maupun jalur diluar pengadilan, ketentuan ini diatur dalam UUPK.

Kata kunci: perlindungan konsumen, hak atas informasi, transaksi elektronik.

ABSTRACT



The development of information technology has changed people's habits in buying and selling transactions. The habit of people who previously made buying and selling transactions directly or face to face, is now slowly turning into a new style namely buying and selling transactions via the internet or electronic transaction, but this condition is very beneficial for consumers, because consumers are easier to get good that purchased but on the other hand a violation of consumer right such as the right to information is very risk, therefore legal protection is needed for consumers in electronic transaction.

Considering that electronic transaction are online transactions without meeting in person, the formulation of the problem in the researcher is how is the legal protection for consumers for information rights in electronic transaction?, how are legal protection efforts if consumers are harmed?

This research used normative juridical which was carried out with a statutory and conceptual approach. Collection technique by means of literature study to analyze source related to the problem.

Conclusions from research on consumers right, especially the fulfillment of the right to correct information, are still often ignored by business actors and consumer protection regulated in the law on consumer protection has not been able to run properly. In article 19 paragraph (1) UUPK. If the business actor is reluctant to take responsibility, the dispute resolution process can be carried out through the court or out of court, this provision is regulated in the UUPK.

Keywords: *legal protection, rights to information, electronic transaction.*

1. Pendahuluan

Perkembangan Teknologi membawa kemudahan dalam pertukaran informasi sehingga keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan bertransaksi yang memanfaatkan internet untuk penyebaran, pemasaran, penjualan, atau pembelian barang maupun jasa. Informasi yang semakin maju membuat perubahan kebiasaan dalam transaksi jual beli. Sebelum adanya teknologi masyarakat melakukan jual beli dengan cara bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli. Namun dengan perkembangan teknologi masyarakat melakukan jual beli dengan sistem transaksi elektronik.

Teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi elektronik (Sunarto 2009). Transaksi elektronik merupakan metode baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Transaksi elektronik berkembang dimasyarakat sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Perdagangan elektronik merupakan model transaksi dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi konvensional, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global (Rizka Syafriana 2016).

Interaksi di dunia maya memiliki kemudahan dalam berbagi informasi, bersosial, dan berkomunikasi antara pihak satu dengan pihak yang lain. Salah satunya dibidang perdagangan, seiring perkembangan masyarakat mulai memanfaatkan adanya teknologi informasi sebagai



sarana jual beli melalui jaringan internet. Menurut Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan, dan/atau media elektronik lainnya.

Faktor yang meningkatkan pelaku usaha melakukan transaksi elektronik yaitu mudahnya dalam memasarkan dan mempromosikan produknya tanpa mengeluarkan banyak biaya untuk pemasaran dan biaya distribusi, sehingga pengeluaran biaya dan efisien dalam penjualan sangat membantu para pelaku usaha. Sedangkan faktor mendorong konsumen bertransaksi secara *online* yaitu lebih mudah mencari produk, hemat waktu, dan menghemat biaya. Konsumen lebih mudah membandingkan harga dan kualitas produk tanpa mengeluarkan biaya transportasi. Sehingga berbelanja *online* lebih praktis dalam memilih produk yang diinginkan konsumen.

Pemanfaatan teknologi internet tidak hanya terdapat kelebihan namun juga terdapat kekurangan. Kekurangan dalam transaksi elektronik dapat mengakibatkan dampak negatif pada konsumen karena tidak bertemunya langsung kepada penjual serta tidak saling mengenal hanya dilakukan atas dasar kepercayaan memungkinkan konsumen dapat dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak jujur. Dalam transaksi elektronik seringkali ditemukan diberbagai situs internet yaitu website, media sosial, dan *e-commerce*, seperti Instagram, Facebook, Telegram, WhatsApp, Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan beberapa aplikasi jasa pelayanan antar makanan seperti Gojek, Grab, Shopeefood, dan beberapa jasa lainnya. Ketika pembeli ingin mencari barang yang dibutuhkan sangatlah mudah karena melalui transaksi elektronik semua barang yang diinginkan dapat ditemukan. Dengan keterangan produk, keterangan harga, dan kualitas sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan barang yang cocok dari satu produk dengan produk lainnya.

Dengan adanya penjualan melalui *online* memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan yang tidak wajar kepada konsumen akibat dari minimnya informasi terhadap pelaku usaha selaku penjual produk seperti, informasi barang tidak sesuai dengan keterangan atau barang yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai dengan gambar dan kualitas., maka kegiatan pelaku usaha dapat mengakibatkan konsumen bingung dalam menentukan pilihan.

Prinsip-prinsip kedudukan konsumen dengan pelaku usaha berdasarkan teori atau doktrin, antara lain (Shidarta 2006).

- a) Teori *let the buyer beware* menyatakan bahwa posisi pelaku usaha dan konsumen itu seimbang. Sehingga kepentingan konsumen tidak perlu adanya regulasi untuk melindungi konsumen. Dengan demikian, apabila konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha dapat berdalih bahwa kerugian tersebut akibat dari kelalaian konsumen sendiri. Prinsip ini memiliki kelemahan yaitu seringkali konsumen tidak mendapatkan informasi yang memadai untuk menentukan pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang diinformasikan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan konsumen atas ketidak terbukanya pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkan.



- b) Teori *the due care theory* menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk baik barang maupun jasa. Selama berhati-hati dalam memperdagangkan produknya, maka ia tidak dapat dipersalahkan. Pada prinsipnya barang siapa yang mendalilkan maka ia diwajibkan untuk membuktikan. Artinya konsumen tidak dapat menggugat pelaku usaha apabila tidak didasari pembuktian hak atau peristiwa tersebut.
- c) Teori *the privity of contract* menyatakan pelaku mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang diperjanjikan.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 tujuan Perlindungan Konsumen yaitu salah satunya menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Dalam praktiknya, banyak para pelaku usaha tidak lengkap dalam memberikan informasi tentang produk yang ia dagangkan sehingga hak atas informasi konsumen tidak terpenuhi. Akibatnya menjadi permasalahan antara pelaku usaha dengan konsumen dalam transaksi elektronik.

Konsumen yang dirugikan karena kurang mendapatkan informasi yang jujur mengenai produk yang diperdagangkan. Hal ini pelaku usaha ingin menguntungkan diri sendiri dengan cara tidak jujur mengenai produk yang diperdagangkan, maka tidak adil rasanya jika konsumen tidak mendapatkan perlindungan akibat dari ketidak hati-hatian dan tidak adanya hak untuk ganti rugi.

Berdasarkan Pasal 9 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan” berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur merupakan kewajiban pelaku usaha yang harus diberikan kepada konsumen.

Jual beli merupakan ruang lingkup hukum perdata. Dalam jual beli yang dilakukan masyarakat, akan muncul permasalahan dalam transaksinya, sehingga secara tidak langsung dapat menimbulkan akibat hukum di dalamnya (Kristiyalnti 2008). Pelaku usaha dapat dituntut apabila perjanjian yang ditawarkan tidak terpenuhi. Pasal 8 ayat (1) Huruf f Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha apabila memberikan informasi yang kurang jelas terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan dapat menyebabkan hak konsumen dalam informasi tidak terpenuhi. Apabila pelaku usaha dengan sengaja memberikan informasi yang tidak sesuai



dengan barang atau jasa yang diperdagangkan demi keuntungan sendiri, apalagi dalam transaksi elektronik kedua belah pihak tidak bertemu secara langsung sehingga pelaku usaha sangat mudah memberikan informasi yang tidak jelas demi keuntungan sendiri. Dampak kecurangan pelaku usaha menyebabkan konsumen merasa dirugikan karena tertipu dengan keterangan iklan yang tidak sesuai dengan barang atau jasa yang diperdagangkan.

Pelaku usaha seringkali menawarkan produknya dengan memberikan informasi semenarik mungkin bertujuan untuk menarik daya beli dan ketertarikan para konsumen pada produk melalui situs *online*. Sedangkan informasi yang diberikan pelaku usaha tidak sesuai dengan produk yang diiklankan. Misalkan pembelian pakaian secara *online*, dalam iklannya dijelaskan bahwa barang sesuai keterangan dan sesuai gambar nyatanya barang yang sudah diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan informasi yang yang diberikan.

Contoh kasus ditemukan melalui media *online* terdapat beberapa konsumen yang merasa hak atas informasinya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

Kasus pertikaian konsumen belanja *online* dengan kurir *Cash On Delivery* (COD). Kejadian ini awalnya konsumen memesan disalah satu toko *online* dengan metode pembayaran sistem COD, pada saat barang sudah sampai nyatanya tidak sesuai dengan keterangan yang diiklankan oleh penjual. Akibatnya, konsumen enggan untuk membayar kepada kurir COD, sehingga terjadilah pertikaian kedua belah pihak. Atas kasus tersebut tidak hanya merugikan pihak konsumen melainkan pihak kurir COD juga mengalami kerugian. Sebenarnya jika pihak konsumen ingin mengajukan komplain seharusnya di tujukan kepada pihak toko *online*. Hal ini dikarenakan penjual memberikan informasi yang tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan kepada konsumen (Lutfial 2021).

Kasus di atas dapat diartikan bahwa pelaku usaha tidak menjalankan kewajiban yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa pelaku usaha dalam transaksi wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan jasa serta wajib menjelaskan cara penggunaan, cara perbaikan, dan cara pemeliharaan. Akibat pelaku usaha mengabaikan kewajiban tersebut maka konsumen mengalami kerugian materil maupun non-materil, seperti konsumen yang merasa ditipu oleh pelaku usaha atas pemberian informasi tentang produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Walaupun undang-undang yang mengatur tentang kepentingan konsumen, namun belum menjamin terlaksananya kebijakan tersebut akibat salah satu pihak melepas tanggungjawab. Sehingga sulit untuk menghindari dan menyelesaikan permasalahan mengenai transaksi elektronik.

2. Metode Penelitian

a. Jenis penelitian



Jenis penelitian ini merupakan yuridis normatif yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan dasar untuk diteliti dengan mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan yang terkait permasalahan yang dibahas (Soekalnto Soerjono dan Malmudji Sri 2008).

b. Metode pendekatan

Untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang dibahas, pendekatan-pendekatan yang diupayakan antara lain:

1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*)

Dilakukan dengan menelaah undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum (*legal issue*) dalam menguraikan permasalahan yang diangkat (**Peter, Malmud 2014**).

Perundang-undangan adalah peraturan tertulis yang memuat norma hukum yang mengikat secara umum dan dibentuk atau ditetapkan oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan.

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Berupaya untuk menemukan dan memahami pandang-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkaitan dengan obyek pembahasan dalam pembangunan suatu argumentasi yang tepat untuk menjawab permasalahan yang diangkat (**Peter, Malmud 2014**).

Diharapkan dalam pendekatan konseptual ini dapat menjadikan sandaran untuk memperkuat argumentasi agar isu atau masalah yang dibahas dapat menjadi jelas sekaligus diikuti dengan perbaikan yang konkrit.

c. Sumber dan jenis bahan hukum

Sumber dan jenis bahan hukum dalam penelitian ini meliputi:

1. Bahan hukum primer, terdiri dari :

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- b. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- c. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- d. Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

2. Bahan hukum sekunder, berupa literatur-literatur yang terdiri dari buku, makalah, jurnal, artikel dan referensi lain yang terkait dengan perlindungan konsumen.



e. Teknik pengumpulan bahan hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*). Studi pustaka ini dilakukan mempelajari dan menganalisa secara sistematis perundang-undangan, buku-buku, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas (Peter, Malhmud 2014).

f. Teknik analisis bahan hukum

Bahan hukum yang sudah lengkap nantinya akan dianalisis kemudian dikumpulkan dan disusun secara sistematis dan dianalisis dengan cara menggunakan logika deduktif yaitu menarik kesimpulan dari situasi yang umum ke khusus.

3. Pembahasan

3.1. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Hak Dalam Transaksi Elektronik

a. Gambaran Umum Transaksi Elektronik

Pengertian transaksi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua belah pihak (Joko 2009). Sedangkan pengertian *online* dalam jual beli adalah menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang akan diperjual belikan. Sehingga transaksi elektronik adalah kegiatan jual beli barang dan/atau jasa di bidang perdagangan yang dilakukan antara dua belah pihak menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang akan diperjual belikan.

Dalam transaksi elektronik ditemukan diberbagai situs internet yaitu website, media sosial, dan *e-commerce*, seperti Instagram, Facebook, Telegram, WhatsApp, Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan beberapa aplikasi jasa pelayanan antar makanan seperti Gojek, Grab, Shopeefood, dan beberapa jasa lainnya. Ketika pembeli ingin mencari barang yang dibutuhkan sangatlah mudah karena melalui transaksi elektronik semua barang yang diinginkan dapat ditemukan. Dengan keterangan produk, keterangan harga, dan kualitas sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan barang yang cocok dari satu produk dengan produk lainnya.

Transaksi elektronik dilakukan oleh penjual dan pembeli melalui media elektronik sehingga kesepakatan jual beli dapat dilakukan dari jarak jauh tanpa bertatap muka. Sedangkan pembayaran tidak dilakukan secara langsung melainkan dilakukan dengan cara metode transfer antar Bank dan barang hasil transaksi itu dilakukan dengan cara mengirim melalui jasa pengantaran paket. Teknologi informasi yang semakin maju membuat perubahan kebiasaan dalam bertransaksi



jual beli. Sebelumnya kebiasaan masyarakat bertransaksi dengan cara jual beli secara langsung atau adanya pertemuan antara penjual dan pembeli. Sekarang transaksi itu menjadi transaksi elektronik, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung namun melalui teknologi informasi yang di sambungkan dengan internet.

b. Perlindungan Konsumen

Transaksi melalui internet memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam setiap transaksi yang dilakukan hal inilah yang mendorong pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Namun terlepas dari kelebihan *e-commerce*, tidak menutup kemungkinan timbulnya kerugian terhadap pihak konsumen. Kerugian yang diderita konsumen salah satunya terjadi wanprestasi.

Praktiknya sering sekali terjadi dalam transaksi elektronik, hak atas informasi konsumen tidak terpenuhi. Konsumen ketika melakukan transaksi elektronik tidak diberikan informasi terbuka dan sebenar-benarnya mengenai barang yang diperdagangkan. Mengakibatkan timbul permasalahan dalam transaksi elektronik, seperti iklan yang tidak sesuai dengan nyatanya, barang yang tidak sesuai dengan yang telah diperjanjikan dan tidak adanya kebijakan pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar serta ganti kerugian kepada konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen didasarkan pada adanya sejumlah hak-hak konsumen yang perlu dilindungi dari tindakan-tindakan yang dapat merugikan konsumen (Poernomo Lestari Sri 2019).

Menurut Pasal 48 angka (1) sampai (5) Peraturan Pemerintah No 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa:

- (1) Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan;
- (2) Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan;
- (3) Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen dan/atau penerima kontrak untuk mengembalikan barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi;
- (4) Pelaku usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim dan/atau jasa yang disediakan;
- (5) Pelaku usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan tanpa dasar kontrak.



Upaya menjaga hak dan martabat konsumen perlu didukung peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri dirinya serta menumbuhkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab (Talmpubolon Simon Walhyu 2016).

Menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pengertian konsumen dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu (Simalnulanng Helydal 2017):

- 1) Konsumen dalam arti umum yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaatan barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.
- 2) Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaatan barang dan/jasa untuk diproduksi menjadi barang dan/atau jasa lain atau untuk memperdagangkannya, dengan tujuan komersial. Konsumen ini sama dengan pelaku usaha.
- 3) Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna, dan/atau pemanfaatan barang dan/atau jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumahtangga tidak untuk diperdagangkan kembali.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup, maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan (Niru Alnital Sinalgal 2015):

- a) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b) Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- c) Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- d) Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
- e) Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diatur dalam Pasal 3, yang menyatakan bahwa:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;



- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 4) Menciptakan perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Secara garis besar larangan yang dikenakan dalam Pasal 8 UUPK tersebut dapat dibagi ke dalam dua larangan pokok yaitu:

- 1) Larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat atau standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen;
- 2) Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar dan tidak akurat yang menyesatkan konsumen.

Apabila pelaku usaha dalam menjalankan usahanya melanggar larangan-larangan dan/atau menimbulkan kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian kepada konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diperjual belikan maka pelaku usaha tersebut bertanggungjawab memberikan ganti rugi. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3.2. Bagaimana Upaya Penyelesaian Hukum Apabila Konsumen Dirugikan

a. Pertanggungjawaban Konsumen

Pertanggungjawaban yang didapatkan oleh konsumen seharusnya dibebankan oleh pelaku usaha yang menyebabkan suatu kerugian akibat kesalahan maupun kelalaian yang diakibatkan oleh pelaku usaha tersebut. Perlindungan Konsumen memiliki istilah yang berkaitan dengan perlindungan hukum, oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum.



Perlindungan hukum merupakan perlindungan yang diberikan hukum terkait mengenai hak dan kewajiban konsumen.

Tanggungjawab pelaku usaha dalam perlindungan konsumen dapat dikategorikan dalam tiga aspek, yaitu (Malnsyur Alli dan Ralhmaln Irsaln 2016):

1. Kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha;
2. Pemenuhan hak-hak konsumen;
3. Standarisasi mutu produksi.

Kesadaran pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen sangat berarti. Sebab, dengan menerapkan tiga aspek tersebut dapat menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen untuk kepastian yang diperoleh.

Beberapa formal hukum, seperti peraturan perundang-undangan dan perjanjian standar di hukum keperdataan kerap memberikan pembatasan-pembatasan terhadap tanggungjawab yang dipikul oleh pelanggar hak konsumen, maka ada beberapa prinsip-prinsip tentang pertanggungjawaban. Prinsip ini merupakan hal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen.

Secara umum, prinsip-prinsip tanggungjawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut: (Kristiyalnti 2008).

1. Kesalahan (*liability based on fault*);
2. Praduga selalu bertanggungjawab (*presumption of liability*);
3. Praduga selalu tidak bertanggungjawab (*presumption of nonliability*);
4. Tanggungjawab mutlak (*strict liability*);
5. Pembatasan tanggungjawab (*limitation of liability*).

Kemudian dalam penyelenggaraan transaksi dilakukan para pihak wajib memperhatikan prinsip (Putral Setial 2014):

- a. Kehati-hatian;
- b. Pengamanan dan terintegrasinya sistem Teknologi Informasi;
- c. Pengendalian pengamanan atas aktifitas Transaksi Elektronik;
- d. Efektivitas dan efisiensi biaya; dan
- e. Perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 telah menggunakan prinsip semi *strict liability* sebagaimana yang diatur dalam Pasal 19 Bab IV tentang Tanggungjawab Pelaku Usaha. Hal ini dijelaskan sebagai berikut:



- 1) Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan-perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak mengharuskan kemungkinan adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pengaturan dalam penyelesaian pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen secara *online* terdapat dalam KUHPerdata dalam Pasal 1365 yang menjelaskan bahwa setiap perbuatan yang melanggar hukum dan mengakibatkan kerugian terhadap orang lain maka dapat dituntut untuk mengganti kerugian tersebut. Dalam Pasal 23 UUPK mengatur mengenai gugatan melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau badan peradilan ditempat kedudukan konsumen.

Pasal 28 UUPK mengatur mengenai unsur-unsur kesalahan yang ditimbulkan oleh pelaku usaha tersebut dan pertanggungjawabannya serta beban pembuktiannya. Beban pembuktian tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam hal dapat atau tidaknya penuntutan perkara perdata dikabulkan. Dalam Pasal 1865 KUHPerdata ditegaskan bahwa apabila seseorang memiliki hak untuk mendapatkan untuk menyangkal hak orang lain mewajibkan untuk membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

Penyelesaian pertanggungjawaban kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha terhadap konsumen juga dapat dilakukan dengan cara musyawarah, yaitu musyawarah antara dua belah pihak, dalam musyawarah tersebut dapat dilakukan penggantirugian oleh pelaku usaha ke konsumen dalam bentuk pertanggungjawaban dalam bentuk barang maupun uang. Apabila tidak terjadi mufakat dalam musyawarah tersebut maka dapat dituangkan dalam bentuk tertulis.

b. Penyelesaian Sengketa

Ketentuan Pasal 23 UUPK menyebutkan pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi dan/tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan



konsumen dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan ataupun di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa (Pasal 45 UUPK). Sehingga jika terjadi sengketa/konflik antara pelaku usaha dan konsumen dalam suatu perdagangan, maka ada beberapa cara yang dapat membantu penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen, proses penyelesaian sengketa tersebut adalah:

a. Melalui penyelesaian sengketa

Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 52 jo. Surat keputusan menteri perindustrian dan perdagangan Nomor 350/MPP.Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Berdasarkan yang telah dirumuskan pada Pasal 52 diatas, penyelesaian sengketa konsumen melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dilakukan dengan tiga cara, yaitu (Rizkal Syalfrialnal 2016):

1. Konsiliasi

Konsiliasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak, sedangkan Majelis BPSK bersikap pasif sebagai konsiliator. Majelis BPSK bertugas sebagai perantara antara para pihak yang bersengketa. Di dalam konsiliasi, seorang konsiliator akan mengklarifikasikan masalah-masalah yang terjadi dan bergabung di tengah-tengah para pihak, tetapi kurang aktif dibandingkan dengan seorang mediator dalam menawarkan pilihan-pilihan (*options*) penyelesaian suatu sengketa.

2. Mediasi

Sama halnya dengan konsiliasi, cara mediasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak. Bedanya dengan konsiliasi, pada mediasi Majelis BPSK bersikap aktif sebagai pemerantara dan penasihat.

3. Arbitrase

Cara penyelesaian sengketa konsumen dengan cara arbitrase yaitu para pihak menyerahkan sepenuhnya kepada majelis BPSK untuk memutuskan dan menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi. Selain upaya penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur pengadilan maupun di luar pengadilan, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga membuka peluang bagi para pihak yang



bersengketa untuk mengupayakan penyelesaian sengketa secara damai. Pada penjelasan Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian secara damai dapat berarti penyelesaian dengan cara musyawarah antara pelaku usaha dan konsumen untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi.

b. Melalui jalur pengadilan (litigasi)

1. Gugatan perdata biasa/konvensional;
2. Gugatan perdata gugatan kelompok atau *class action*;

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen gugatan kelompok atau *class* telah tercantum pada pasal 46 ayat (1) huruf b yang menyatakan bahwa gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh sekelompok konsumen yang *action* mempunyai kepentingan yang sama. Dalam hal ini gugatan kelompok harus diajukan oleh sekelompok konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hukum.

3. *Legal standing*

Legal standing merupakan proses beracara yang diajukan oleh suatu lembaga dalam hal ini Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). LPKSM adalah lembaga non-pemerintahan yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah guna melakukan kegiatan mengenai perlindungan konsumen (Nilal 2014).

Gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya di luar pengadilan dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu para pihak yang bersengketa (Lumba and Sumiyati 2014).

4. Kesimpulan

- 1) Perlindungan konsumen atas hak-hak yang harus dipenuhi khususnya hak informasi diatur dalam Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang tahun 1999 No. 8 tentang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan atas barang. Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



- 2) Bentuk upaya penyelesaian hukum terhadap konsumen adalah penyelesaian sengketa konsumen, proses penyelesaian sengketa konsumen dilakukan apabila dalam transaksi elektronik terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Proses penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui jalur pengadilan maupun diluar pengadilan, ketentuan ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Daftar Bacaan

- Joko, Salim. 2009. *Step By Step Online*. Jakarta: Elex Media Kumpotindo.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. ed. Tamizi. Jakarta: Sinar Grafika.
- Lumba, and Hermawan dan Sumiyati. 2014. "Pertanggungjawaban Perusahaan Ekspediter Kepada Konsumen Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Mimbar Keadilan*.
- Lutfia, Ayu Azanella. 2021. "Kasus Kurir COD Dimaki Konsumen, Apa Yang Harus Diperbaiki?" *Kompas.Com*.
- Mansyur Ali dan Rahman Irsan. 2016. "Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional." *Jurnal Pembaharuan Hukum* 2.
- Nila, Juniarti. 2014. "Kewajiban Pelaku Usaha Mencantumkan Penggunaan Bahasa Indonesiapada Produk Elektronik Rumah Tangga Di Kota Pontianak." Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Niru Anita Sinaga, Nunuk Sulisrudatin. 2015. "PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA." *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* 5.
- Peter, Mahmud, Marzuki. 2014. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Kencana Prenada Media Grup.
- Putra Setia. 2014. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce." *Jurnal Ilmu Hukum* 4: 287-309.
- Rizka Syafriana. 2016. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik." *De Lega Lata* 1: 2.
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Cet. 3. Jakarta: Grasindo.
- Simanulang Heldya, Natalia. 2017. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce." *Melayunesia Law* 1.
- Soekanto Soerjono dan Mamudji Sri. 2008. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sunarto, Andi. 2009. *Mengenal E-Commerce*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tampubolon Simon Wahyu. 2016. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *jurnal ilmiah "advokadi"* 4.