

BAB II

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM JUAL BELI ONLINE

MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999

A. Jual Beli *Online*

1. Definisi Jual Beli

Jual beli dalam kitab undang-undang hukum perdata dalam pasal 1457 yaitu suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diajnjikan.¹

Dalam jual beli itu dapat dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, ketika setelahnya orang-orang ini mencapai kata sepakat tentang benda dan harganya, meskipun benda itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.

2. Syarat Jual Beli

Dalam pasal 1320 disebutkan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:²

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal.

3. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli

Dalam kitab undang-undang hukum perdata hak dan kewajiban penjual dalam transaksi jual beli dalah sebagai berikut:³

¹*Burgerlijk Wetboek, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (t.t.p.,Permata Press, 2010), hal. 342

²*Ibid.*, hal. 316

³*Ibid.*, hal. 345

- a. Si penjual diwajibkan menyatakan dengan tegas apa ia mengikatkan dirinya, segala janji yang tidak terang dan dapat diberikan berbagai pengertian, harus ditafsirkan untuk kerugiannya (pasal 1473).
- b. Ia mempunyai dua kewajiban utama, yaitu menyerahkan barangnya dan menanggungnya (pasal 1474).
- c. Menyerahkan barang di tempat penjualan/sesuai dengan perjanjian (1477).
- d. Si penjual diwajibkan menyerahkan barang yang dijual seutuhnya, sebagaimana dinyatakan dalam perjanjian, dengan perubahan-perubahan seperti yang berikut (pasal 1483).
- e. Dalam hal benda tak bergerak diwajibkan menyerahkan jumlah sesuai dengan persetujuan antara penjual dan pembeli (pasal 1484)
- f. Penjual berkewajiban untuk menjamin bahwa barang tersebut aman dan tentram serta cacat barang yang tersembunyi, dan memberikan alasan jika terjadi pembatalan. (pasal 1491)
- g. Walaupun tidak ada kesepakatan/janji, namun demi hukum si penjual berkewajiban untuk menjaga barangnya sampai penyerahan kepada pembeli dan penjual dilarang menjual barang itu kepada pihak ketiga. (pasal 1492)
- h. Penjual membuat perjanjian untuk tidak menanggung barangnya, namun semua tanggungjawab tentang akibat yang terjadi terhadap barang tersebut dan perjanjian tersebut batal. (pasal 1494)

- i. Jika pada saat penyerahan barang ternyata barang rusak maka penjual berkewajiban untuk mengembalikan uang pembeli secara utuh. (pasal 1497)
- j. Jika pada penyerahan barang kepada pihak lain terjadi kenaikan harga, maka penjual wajib memberikan kelebihan harga tersebut kepada si pembeli. (pasal 1498)
- k. Si penjual wajib mengembalikan kepada pembeli segala hal yang telah dikeluarkan untuk perbaikan/pembetulan terhadap barangnya. (pasal 1499)
- l. Apabila pembelian tidak dibatalkan dan sebagian barang telah dijual kepada pihak lain, maka penjual berkewajiban untuk menyerahkan ganti rugi sebagian barang yang diserahkan. (pasal 1500)
- m. Si penjual diwajibkan menanggung barang yang cacat tersembunyi sehingga mengurangi pemakaian barang tersebut. (pasal 1504)
- n. Si penjual diwajibkan menanggung barang yang cacat tersembunyi meski tidak diketahui oleh penjual kecuali telah diperjanjikan. (pasal 1506)
- o. Jika penjual mengetahui cacat-cacat barangnya maka diwajibkan mengembalikan harga pembelian dan mengganti biaya yang telah dikeluarkan bahkan bunga dan kerugian, apabila penjual tidak mengetahui maka hanya mengembalikan harga pembelian dan mengganti biaya yang dikeluarkan. (pasal 1508 dan pasal 1509)

Sedangkan hak dan kewajiban pembeli menurut KUHPerdara yaitu:⁴

- a. Kewajiban utama si pembeli ialah membayar pembelian, pada waktu dan di tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian (pasal 1513).
- b. Jika pada waktu membuat perjanjian tidak ditetapkan tentang itu, si pembeli harus membayar di tempat dan pada waktu dimana penyerahan harus dilakukan (pasal 1514).
- c. Si pembeli, biarpun tidak ada suatu janji tegas, diwajibkan membayar bunga dari harga pembelian, jika barang yang dijual dan diserahkan memberi hasil atau lain pendapatan (pasal 1515).

Hak-hak sebagai pembeli yaitu:⁵

- a. Pembeli dapat menuntut pembatalan pembelian jika penyerahan barang tidak dapat dilaksanakan karena kelalaian penjual. (Pasal 1480)
- b. Jika ada alasan untuk menaikkan harga maka berhak memilih untuk membatalkan pembelian atau membayar harga yang telah dinaikkan. (pasal 1487 dan pasal 1488)
- c. Jika sudah diperjanjikan dalam hal penanggungan ataupun tidak, jika barang telah dibeli diserahkan kepada pihak lain maka pembeli berhak menuntut:
 - 1) Pengembalian uang harga pembelian
 - 2) Pengembalian dari hasil-hasil yang menjadi kewajibannya.
 - 3) Biaya gugatan yang dikeluarkan oleh pembeli
 - 4) Penggantian biaya, kerugian, bunga serta biaya perkara yang telah dibayar pembeli. (pasal 1496)

⁴*Ibid.*, hal. 351

⁵*Ibid.*, hal. 345

- d. Pembeli berhak menerima ganti rugi atas sebagian barang yang dijual oleh penjual ketika pembelian tidak dibatalkan dan diserahkan sesuai dengan harga taksiran. (pasal 1501)
- e. Pembeli berhak untuk menuntut pembatalan pembelian jika benda yang dibeli dibebani dengan beban-beban lain dan tidak diberitahukan kepada pembeli kecuali jika pembeli menerima suatu ganti rugi. (pasal 1502)
- f. Pada hal terdapat cacat yang tersembunyi pembeli berhak untuk mengembalikan harga pembelian dan meminta ganti biaya yang dikeluarkan pembeli dalam rangka pembelian dan penyerahan. (pasal 1509)

4. Jual Beli *Online* (*E-commerce*)

E-commerce seringkali diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau biasa disebut jual beli *online*. Dalam bisnis ini, terkadang dalam mengirimkan kontrak menggunakan *e-mail* atau media lainnya. Dengan kata lain, perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.⁶

E-commerce merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet.⁷

⁶Undang-undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dalam http://www.jjc.or.id/houjin/0621_uu2014_007i.pdf, diakses tanggal 11 Juli 2015

⁷Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hal. 17

Sebagaimana yang dikutip Haris Faulidi Asnawi, Kosiur mengemukakan bahwa *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara-cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari.⁸

Menurut *World Trade Organization* (WTO), cakupan *e-commerce* meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sedangkan *Alliance for Global Business*, suatu asosiasi di bidang perdagangan terkemuka mengartikan *e-commerce* sebagai: seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronik sebagai media. Dengan melalui inilah transaksi bisnis dapat berlangsung dari mulai pengiklanan, penginventarisasian, perancangan, pembuatan katalog, transaksi dan pengiriman barang.⁹

Pada umumnya jual beli *online* dapat dikatakan bahwa suatu proses pembelian dan penjualan jasa atau produk melalui pesanan via internet atau pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet. Dalam transaksi jual beli *online* terdapat beberapa manfaat yaitu, memberikan kemudahan kepada konsumen sehingga konsumen dapat memilih barang yang diinginkan. Selain itu, konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan. Apalagi jika toko tersebut berada jauh dari konsumen, hal ini

⁸*Ibid.*

⁹Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global Edisi Revisi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 30

sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu. Transaksi jual beli *online* cukup dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang yang dibutuhkan, konsumen juga dapat membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan tersebut.

Selain itu *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:¹⁰

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
- c. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dalam karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.

Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh customers di dunia maya (area transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet). *Pertama* adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui *website*-nya (*online ads*). *Kedua* adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan.¹¹

Dua hal tersebut sangat penting bagi konsumen, harus bisa lebih berhati-hati setiap akan melakukan transaksi jual beli, baik itu jual beli yang

¹⁰Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis...*, hal. 17

¹¹*Ibid.*, hal. 27

secara langsung atau secara *online*. Sebelum membeli barang yang ingin dibeli, hendaknya mengetahui kondisi barang tersebut, sesuai apa tidak dengan keinginan pembeli. Jangan sampai di kemudian hari terjadi hal-hal yang merugikan pembeli itu sendiri.

Dalam hal ini, ada beberapa jenis *e-commerce*, yaitu:¹²

1. *Business to Business*

Transaksi *business to business* atau yang sering disebut sebagai B to B adalah transaksi antar perusahaan (baik pembeli maupun penjual adalah perusahaan). Biasanya di antara mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan sudah terjalin hubungan yang cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung di antara mereka dan pertukaran informasi itu didasarkan pada kebutuhan dan kepercayaan.

2. *Business to Customer*

Business to Customer atau yang dikenal dengan B to C adalah transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu.

3. *Customer to Customer*

Customer to Customer ini adalah transaksi di mana individu saling menjual barang pada satu sama lain.

4. *Customer to Business*

Customer to Business yaitu transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

5. *Customer to Government*

¹²Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 227

Customer to Government adalah transaksi di mana individu dapat melakukan transaksi dengan pihak pemerintah, seperti membayar pajak.

Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya saja terletak perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet. Sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *online*. Dalam setiap transaksi jual beli pasti terjadi kesepakatan penawaran dan penerimaan antara penjual dan pembeli.

Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu tawaran. Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa hukum penawaran berbunyi, makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual, sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin sedikit jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual.¹³ Dalam transaksi *e-commerce*, khususnya B to C, yang melakukan penawaran adalah merchant atau produsen/penjual. Para merchant/penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan.¹⁴ Produsen juga lebih mudah dalam menyediakan katalog produknya, cukup mencantumkan di halaman *website*, sehingga konsumen juga lebih mudah dalam berbelanja. Namun transaksi tidak hanya dilakukan melalui *website* atau *situs* saja, tetapi dapat dilakukan transaksi melalui *chatting* dan *video conference*, transaksi melalui *e-mail*.

¹³Tati Suharti Joesron dan Fathorrozi, *Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 19

¹⁴Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum...*, hal. 229

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon; *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video conference* dilakukan melalui media elektronik, di mana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.¹⁵

Transaksi dengan menggunakan *e-mail* dapat dilakukan dengan cara mudah. Dalam hal ini kedua pihak harus sudah memiliki *e-mail address*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, *customer* sudah mengetahui *e-mail* yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer* selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai order barang yang dipesan.¹⁶

Penawaran dalam sebuah *website* biasanya menampilkan barang-barang yang ditawarkan, harga, nilai *rating* atau *poll* otomatis tentang barang yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi tentang barang termaksud dan menu produk lain yang berhubungan.¹⁷ Penawaran melalui media internet hanya dapat terjadi apabila seseorang membuka situs yang menampilkan sebuah tawaran melalui internet tersebut.

Dengan adanya penawaran, maka perusahaan/pelaku usaha harus bertanggungjawab dalam memasarkan produknya yaitu:

¹⁵Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis...*, hal. 29

¹⁶*Ibid.*

¹⁷Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum...*, hal. 229

1. Kualitas produk, tentu saja perusahaan wajib menyediakan produk sesuai dengan yang dijanjikannya baik melalui kontrak ataupun melalui iklan yang ditawarkannya.
2. Harga, perusahaan menetapkan harga dengan selayaknya, sesuai dengan kualitas.
3. Pemberian label serta pengemasan, hal ini dilakukan selayaknya boleh perusahaan agar konsumen mengetahui informasi yang lengkap mengenai produk yang bersangkutan, agar konsumen tidak dirugikan karena kandungan yang terdapat dalam produk tersebut.¹⁸

Penawaran dan penerimaan saling terkait untuk menghasilkan suatu kesepakatan. Dalam menentukan suatu penawaran dan penerimaan dalam *cybersystem* ini digantungkan pada keadaan dari *cybersystem* tersebut. Penerimaan dapat dinyatakan melalui *website*, *electronic mail* (surat elektronik), atau juga melalui *Electronic Data Interchange*.¹⁹ Apabila penawaran dilakukan melalui e-mail address, maka penerimaan dilakukan melalui *e-mail*, karena penawaran hanya ditujukan pada sebuah *e-mail* yang dituju sehingga hanya pemegang *e-mail* tersebut yang dituju. Setiap orang yang berminat untuk membeli barang yang ditawarkan itu dapat membuat kesepakatan dengan pelaku usaha yang menawarkan barang tersebut. Jika konsumen sudah yakin dengan pilihannya maka konsumen melakukan pembayaran.

¹⁸Erni R. Ernawan, *Business Ethics*. (Bandung: ALFABETA, 2011), hal. 93

¹⁹Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum...*, *Ibid.*, hal. 229

Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada proses transaksi jual beli *online*, yaitu:²⁰

- a. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan.
- b. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi.
- c. Tidak jelasnya status subyek hukum dari pelaku usaha.
- d. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun elektronik *cash*.
- e. Pembebanan risiko yang tidak berimbang karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang yang bukan penerimaan.
- f. Transaksi yang bersifat lintas batas negara, *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum Negara mana yang sepatutnya dilakukan.

²⁰Rifan Adi Nugraha, dkk, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *Online*", dalam *Jurnal Serambi Hukum*, hal. 94, dalam <http://journal.uniba.ac.id/index.php/sh/article/download/420/207>, diakses pada tanggal 2 April 2015

Pada kenyataannya, meskipun ada banyak permasalahan yang muncul dan terjadi dalam transaksi jual beli *online*, akan tetapi hal tersebut tidak menyurutkan para konsumen untuk tetap berbelanja lewat transaksi *online*.

Oleh karena itu, ada beberapa upaya internasional yang telah dilakukan dalam memformulasikan aturan yang berkaitan dengan *e-commerce* telah dimulai oleh beberapa organisasi internasional seperti: UNCTAD, UNCITRAL, OECD, dan WTO.²¹

a. *United Nation Conference on Trade and Development (UNCTAD)*

UNCTAD sebagai salah satu badan PBB yang concern dalam bidang perdagangan dan pembangunan Negara-negara dunia ketiga telah memberikan respons yang progresif dalam hal menyikapi perdagangan bebas, terutama yang berbasis internet. Upaya-upaya tersebut adalah seperti berikut:

- 1) Mendirikan *Global Trade Point Network (GTP Net)*, yang bertujuan membantu Negara berkembang dalam usaha mendapatkan manfaat serta akses di bidang komunikasi elektronik.
- 2) Pendirian TPDC (*The Trade Point Deveplemt Centre*) yang dibentuk oleh Mellbourne Institute of Technology, ETOS (*The Electronic Trading Opportunities*). Pada dasarnya, pendirian *provider* di bidang komunikasi internet untuk memfasilitasi transaksi bisnis

²¹Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum...*, hal 30

(from contact to contract), artinya berawal dari kontak/hubungan via internet melahirkan suatu kontak atau transaksi antarpengakses.

b. *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)*

UNCITRAL sebagai salah satu badan PBB yang bergerak dalam perdagangan internasional memandang isu *e-commerce* ini merupakan suatu mendesak untuk segera dirumuskan *rules of law*-nya.

c. *OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)*

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh OECD adalah implikasi *e-commerce* terhadap berbagai hal, di antaranya:

- 1) *Frame work* atau kerangka kebijakan umum
- 2) Ekonomi informasi
- 3) Isi
- 4) Keamanan, privasi, kriptografi
- 5) Akses, kebijakan telekomunikasi
- 6) Perusahaan-perusahaan kecil dan menengah
- 7) Kebijakan mengenai konsumen
- 8) Perpajakan
- 9) Pariwisata

d. *World Trade Organization*

Organisasi perdagangan dunia (WTO) telah secara aktif menyoroti perkembangan *e-commerce* dalam dunia bisnis, yang secara signifikan telah menunjukkan kenaikan nilai transaksi.

5. Dasar Hukum Jual Beli Online Menurut Hukum Positif

Transaksi jual beli pada dasarnya merupakan kegiatan yang saling membantu antara yang satu dengan yang lain. Dengan adanya jual beli *online* ini maka yang menjadi dasar hukum atas transaksi tersebut diatur dalam undang-undang yaitu:

Pada pasal 1 poin 1 dan 2 UUIE, bahwa informasi elektronik adalah satu sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*elektronic mail*), *telegram*, *teleks*, *telecop*y atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol, atau *perforasi* yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. Kemudian transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.²²

Selain itu, yang dijadikan dasar hukum atas jual beli online ini adalah pasal 1 poin 24 UU tentang perdagangan, bahwa perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.²³

²²Undang-undang No. 11 Tahun 2004 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam <http://www.kemhan.go.id/kemhan/files/3fcfc24d38b6bddaefbf19c84e415a76.pdf>, diakses pada tanggal 11 Juli 2015

²³Undang-undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dalam http://www.jjc.or.id/houjin/0621_uu2014_007i.pdf, diakses tanggal 11 Juli 2015

B. Perlindungan Konsumen

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, Perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi.²⁴

Perlindungan adalah suatu perbuatan atau usaha yang dilakukan untuk melindungi jaringan telekomunikasi dan sarana penunjang telekomunikasi.²⁵ Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat perlu untuk terus dilakukan karena berkaitan dengan upaya mensejahterakan masyarakat dalam kaitan dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan pada zaman modern saat ini.²⁶

Perlindungan konsumen tidak hanya menjadi perhatian pemerintah Indonesia saja tetapi juga menjadi perhatian dari negara-negara lain. Hukum perlindungan konsumen di Republik China adalah hukum nasional tertentu yang secara khusus melindungi kepentingan dan keamanan konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa yang diberikan oleh operator pelaku usaha.²⁷ Perlindungan konsumen ini merupakan proses untuk melindungi konsumen terhadap praktik promosi dari pelaku usaha atau penjual jika terjadi kerusakan atau produk yang cacat dan hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

²⁴Dendy Sugiono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 1085

²⁵Tim Redaksi Tatanusa, *Kamus Istilah Menurut Perundang-undangan Republik Indonesia 1945-1998*, (Jakarta: PT Tatanusa, 1999), hal. 465

²⁶M. Sadar, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Akademia, 2012), hal. 1

²⁷*Ibid.*, hal. 12

Dalam Garis-garis Besar Haluan Negara sejak 1993 (Ketetapan MPR No. II/MPR/1993) secara eksplisit dicantumkan kata “perlindungan konsumen”, sekalipun tidak diuraikan lebih jauh mengenai pengertian dan substansinya. Secara implisit memang segera dapat ditemukan dalam GBHN tersebut berbagai hal yang berhubungan dengan kepentingan konsumen, seperti keharusan menghasilkan/meningkatkan: (1) barang yang bermutu, (2) kualitas dan pemerataan pendidikan, (3) kualitas pelayanan kesehatan, (4) kualitas hunian dan lingkungan hidup, (5) sistem transportasi yang tertib, lancar, aman, dan nyaman, (6) kompetisi yang sehat, (7) kesadaran hukum. Semua itu merupakan bagian dari kepentingan konsumen pula.²⁸

Dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata memang sama sekali tidak pernah disebut-sebut kata “konsumen”. Istilah lain yang sepadan dengan itu adalah seperti pembeli, penyewa, dan si berutang (debitur). Seperti dalam pasal 1504 (jo. Pasal-pasal 1322,1473, 1474,1491, 1504 s.d. 1511): Si penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat tersembunyi pada barang yang dijual, yang membuat barang itu tak sanggup untuk pemakaian yang dimaksudkan itu, sehingga seandainya si pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan membeli barangnya, atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang.²⁹

²⁸Shidarta, *Hukum Perlindungan...*, hal. 93

²⁹*Ibid*, hal. 100

C. Perlindungan Hukum Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *Consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.³⁰

Menurut UU No 8 Tahun 1999 dijelaskan bahwa 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.³¹

Menurut Kotler, konsumen adalah individu dan kaum rumah tangga untuk tujuan penggunaan personal, produsen adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi.³²

Seperti yang dikutip Celina, Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni:³³

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.

³⁰Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 22

³¹*Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)*, (Jakarta: Visimedia, 2007), hal. 3

³²Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum...*, hal. 99

³³Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan...*, hal. 25

- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial)
- c. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).

Konsumen merupakan pihak yang mempunyai peranan penting dalam transaksi jual beli barang. Konsumen mempunyai hubungan kontraktual pribadi dengan produsen atau penjual. Konsumen tidak hanya sebagai pembeli saja, tetapi yang mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Konsumen mempunyai hak dan kewajiban, seperti yang disebutkan dalam pasal 4 dan pasal 5 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Hak konsumen adalah:³⁴

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapat 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.

³⁴Undang-Undang No. 8 Tahun 1999..., hal. 7

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan /atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagai mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen adalah:³⁵

- 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.

2. Pelaku Usaha

Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.³⁶

Dalam perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha yang disebutkan dalam pasal 6 dan pasal 7 UUPK. Ketika kedua belah pihak melakukan suatu transaksi memungkinkan timbulnya persoalan dalam pengadaan barang. Munculnya pelanggaran dalam

³⁵*Ibid.*, hal. 8

³⁶*Ibid.*, hal. 3

transaksi disebabkan karena konsumen dan pelaku usaha tidak mengetahui hak dan kewajibannya.

Pasal 6 tentang hak pelaku usaha adalah:³⁷

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha adalah:³⁸

- 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. Memberi 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. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

³⁷*Ibid.*, hal. 8

³⁸*Ibid.*, hal. 9

3. Definisi Perlindungan Konsumen

Menurut UU No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁹

Dengan semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan atau jasa yang diperolehnya di pasar.⁴⁰

Zaman sekarang konsumen dihadapkan pada apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan, sehingga hal ini dapat saja disalahgunakan oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus diberi rasa aman dalam mendapatkan suatu informasi yang jujur dan bertanggungjawab.

Perlindungan hukum sangat dibutuhkan setiap konsumen jika terjadi kecacatan dalam transaksi jual beli, dan perlu perhatian khusus. Selain itu setiap konsumen harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.⁴¹

Hukum ekonomi yang muncul pada zaman modern mencerminkan adanya perhatian serius pemerintah untuk merealisasikan pemerataan dan

³⁹*Ibid.*, hal. 3

⁴⁰Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum...*, hal. 97

⁴¹Shidarta, *Hukum Perlindungan...*, hal. 11

keadilan ekonomi dalam masyarakat sebagai akibat dari menonjolnya praktek sistem ekonomi kapitalisme. Sedangkan adanya hukum ekonomi, pihak-pihak yang lemah akan dapat terlindungi di tengah-tengah persaingan bebas dengan memberikan batasan-batasan terhadap pihak yang kuat.

Pelindungan konsumen pernah secara prinsipal menganut asas *the privity of contract*. Artinya, pelaku usaha hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban hukumnya sepanjang ada hubungan kontraktual antara dirinya dan konsumen.⁴² Konsumen terkadang lemah dalam hal transaksi jual beli, maka dari itu harus dilindungi oleh hukum. Karena hukum itu memberikan perlindungan kepada masyarakat. Tetapi masih banyak konsumen yang hanya diam saja tanpa meminta perlindungan jika terjadi kasus dalam transaksi jual beli.

Adanya hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

4. Asas-asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian

⁴²*Ibid.*, hal. 13

hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional:⁴³

- a. Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.
- c. Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.

⁴³ M. Sadar, dkk, *Hukum perlindungan...*, hal. 19

Sedangkan tujuan perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:⁴⁴

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

D. Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Dalam bisnis jual beli *online*, biasanya penjual memasang gambar dalam situs website atau dalam media lainnya dengan menyertakan informasi kriteria barang tersebut serta harganya sehingga konsumen dapat melihat dan jika tertarik dengan barang tersebut, maka pembeli dapat menghubungi melalui nomor kontak yang dicantumkan dalam situs tersebut. Terkadang dalam transaksi jual beli *online* ini, pembeli harus membayar terlebih dahulu, kemudian barang yang dibeli dikirim ke pembeli. Sehingga jika barang sudah di tangan pembeli dan ternyata tidak sesuai seperti yang ada digambar atau kriteria, maka pembeli tidak dapat komplain dan terpaksa harus tetap diterima karena sudah terlanjur membayar.

⁴⁴Undang-Undang No. 8 Tahun 1999..., hal. 6

Dalam bisnis jual beli *online* marak terjadi penipuan karena banyak pihak yang tidak bertanggung jawab atas barang yang dijualnya. Maka dari itu bisnis jual beli *online* bisa berjalan dengan baik apabila si penjual benar-benar jujur dalam menjual barang yang akan dijualnya. Selain itu dalam melakukan transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli akan membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli.

Transaksi jual beli *online* memang mudah dan cepat tanpa harus bertatap muka dengan penjual, tetapi pembeli tidak dapat melihat langsung kondisi barang yang ingin dibeli. Jika dalam transaksi tersebut terdapat kecurangan atau pihak penjual melakukan suatu wanprestasi, maka dapat dikenakan sanksi yang sesuai. Sehingga konsumen mendapat perlindungan hukum yang jelas.

Mengenai perilaku periklanan telah diatur dalam Pasal 17 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, adalah sebagai berikut:⁴⁵

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa.
 - c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.
 - d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.
 - e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.

⁴⁵Undang-Undang No. 8 Tahun 1999..., hal. 17

- f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
2. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

Sering terjadi kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi melalui internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dalam website yang tidak jujur, keterlambatan dalam pengiriman barang, atau bahkan barang tidak dikirim oleh pelaku usaha. Konsumen di Indonesia jarang melakukan tindakan pengaduan atas kerugian yang dialaminya, karena konsumen belum banyak yang mengetahui akan haknya sebagai konsumen. Konsumen dapat mengadukan kepada pihak yang berwenang dengan menyebutkan bahwa pelaku usaha telah mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.

Pada pasal 4 poin e dan h Undang-undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa, konsumen berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, serta berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.⁴⁶

Ketika pembeli telah menerima barang yang dipesan dan ternyata tidak sesuai, seharusnya mendapat perlindungan hukum atau mendapat ganti rugi yang sesuai dengan kecacatan atau ketidaksesuaian barang tersebut. Seperti dijelaskan pada pasal 19 UUPK yaitu pelaku usaha harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian

⁴⁶*Ibid.*, hal. 7

konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.⁴⁷ Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud di atas 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, serta pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

Apabila terjadi transaksi jual beli *online*, dan pelaku usaha menjanjikan akan mengirim barang yang dipesan jika pembeli mentransfer uang terlebih dahulu. Ketika pembeli sudah mentransfer uang dan ternyata barang tidak dikirim, maka pembeli dapat melaporkan kepada pihak yang berwajib dengan dalih seperti yang dijelaskan pada undang-undang pasal 17 yaitu pelaku usaha telah mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Dalam hal tersebut dapat dikatakan sebagai penipuan, sehingga orang yang melakukan tindak penipuan maka dikenakan pasal 378 KUHP yang dijelaskan sebagai berikut, barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu atau martabat (*hoedanigheid*) palsu; dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang maupun

⁴⁷*Ibid.*, hal. 20

menghapuskan piutang, diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun.⁴⁸

Dalam pasal 20 dijelaskan bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.⁴⁹ Dalam arti, jika terjadi komplain oleh konsumen, maka pelaku usaha siap untuk memberikan ganti rugi yang sesuai.

Sebagaimana yang dikutip Celina, Pelaku usaha periklanan menurut Az. Nasution terdapat tiga jenis pelaku usaha, yaitu:⁵⁰

1. *Pengiklan*, yaitu perusahaan yang memesan iklan untuk mempromosikan, memasarkan, dan/atau menawarkan produk yang mereka edarkan.
2. *Perusahaan iklan*, adalah perusahaan/biro yang bidang usahanya adalah mendesain atau membuat iklan untuk para pemesannya.
3. *Media*, media elektronik atau nonelektronik atau bentuk media lain, yang menyiarkan atau menayangkan iklan-iklan tersebut.

Ketiga jenis pelaku usaha tersebut dalam undang-undang ini termasuk pelaku usaha dan dapat dipertanggungjawabkan.

Ada beberapa prinsip utama dalam *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce* adalah bahwa:⁵¹

1. Segala informasi elektronik dalam bentuk data elektronik dapat dikatakan memiliki akibat hukum, keabsahan ataupun kekuatan hukum.

⁴⁸Moeljatno, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal.

⁴⁹*Undang-Undang No. 8 Tahun 1999...*, hal. 21

⁵⁰Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan...*, hal. 73

⁵¹Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum...*, hal. 226

2. Dalam hukum mengharuskan adanya suatu informasi dalam bentuk tertulis maka suatu data elektronik dapat memenuhi syarat untuk itu.
3. Dalam hal tanda tangan, maka suatu tanda tangan elektronik merupakan tanda tangan yang sah. Transaksi elektronik dapat dilakukan dengan tanda tangan digital atau tanda tangan elektronik.
4. Dalam hal kekuatan pembuktian dari data bersangkutan, maka data *message* memiliki kekuatan pembuktian.

Prinsip di atas, dapat dijadikan sebagai acuan untuk mendapat perlindungan. Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam suatu perdagangan.

Tanggung jawab yang dijalankan pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu: tanggung jawab atas informasi, tanggung jawab atas produk, dan tanggung jawab atas keamanan.⁵²

1. Tanggung jawab atas informasi

Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi kepentingan konsumen dalam memilih barang. Seperti yang dikutip Edmon Makarim, menurut Howard Beales et.al, standar umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lain

⁵²*Ibid.*, hal. 359

yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhannya dan kualitas barang.⁵³

2. Tanggung jawab hukum atas produk (*product liability*)

Product liability yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya. Selain *strict liability* yang merupakan pertanggungjawaban langsung maka terdapat *tortius liability* dalam pertanggungjawaban produk (*product liability*) yaitu tanggung jawab yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum.

Sedangkan unsur-unsur yang ada dalam *tortius liability* dalam pertanggungjawaban produk ini adalah:

- a. Unsur perbuatan melawan hukum
- b. Unsur kesalahan
- c. Unsur kerugian
- d. Unsur hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.⁵⁴

3. Tanggung jawab atas keamanan

Jaringan transaksi secara elektronik harus mempunyai kemampuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Para pihak yang terlibat dalam transaksi harus mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap infrastruktur jaringan yang digunakan. Tentu saja pihak pelaku usaha

⁵³*Ibid.*, hal. 360

⁵⁴*Ibid.*, hal. 370

(*merchants*) perlu menyediakan jaringan sistem yang cukup memadai untuk mengontrol keamanan transaksi.⁵⁵

Perlindungan hukum tersebut harus benar-benar dilakukan untuk mencegah timbulnya permasalahan di kemudian hari, serta memberikan rasa aman bagi konsumen untuk melakukan transaksi.

Sudah selayaknya jika konsumen yang mengalami kerugian mendapat ganti kerugian dari pelaku usaha. Namun ada baiknya jika pemerintah terlibat dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan ketentuan pasal 29 ini, didasarkan pada kepentingan yang diamanatkan oleh Pembukaan UUD 1945 bahwa kehadiran Negara antara lain, untuk mensejahterakan rakyatnya.⁵⁶

Berdasarkan penjelasan umum UUPK tersebut, maka adanya tanggung jawab pemerintah atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen tidak lain dimaksudkan untuk memberdayakan konsumen memperoleh haknya. Ada kekhawatiran, pelaku usaha dengan prinsip ekonominya, menjadikan konsumen menderita kerugian karenanya. Pemberdayaan konsumen tersebut, sesuai asas keadilan dan keseimbangan, tidak boleh merugikan kepentingan pelaku usaha. Hal ini dinyatakan juga dalam Penjelasan Umum UUPK bahwa, piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi sebaliknya melalui perlindungan konsumen tersebut dapat mendorong iklim berusaha yang sehat, dan lahirnya perusahaan yang tangguh dalam

⁵⁵*Ibid.*

⁵⁶Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 180

menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.⁵⁷

Dalam transaksi jual beli *online* sering timbul permasalahan akibat dari ketidakpuasan salah satu pihak atau kedua belah pihak, dan ini biasanya disebut dengan sengketa konsumen. Jika terjadi sengketa antar konsumen, maka hal tersebut dapat dilakukan dengan cara musyawarah antara pelaku usaha dan konsumen untuk mencapai kesepakatan mengenai ganti ruginya. Jika dengan penyelesaian secara musyawarah belum mencapai mufakat maka penyelesaian sengketa dapat diselesaikan melalui jalur hukum atau pengadilan.

Bentuk pertanggungjawaban administratif yang dapat dituntut dari produsen sebagai pelaku usaha diatur di dalam Pasal 60 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yaitu pembayaran ganti kerugian paling banyak Rp 200.000.000,00 terhadap pelanggaran atas ketentuan tentang:⁵⁸

- a. Kelalaian membayar ganti rugi kepada konsumen [Pasal 19 ayat (2) dan (3)].
- b. Periklanan yang tidak memenuhi syarat (Pasal 20).
- c. Kelalaian dalam menyediakan suku cadang (Pasal 25), dan
- d. Kelalaian memenuhi garansi/jaminan yang dijanjikan.

⁵⁷*Ibid.*, hal. 181

⁵⁸Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hal. 81

Sedangkan pertanggungjawaban pidana yang dibebankan kepada produsen adalah.⁵⁹

- a. Pidana penjara paling lama 5 tahun atas pelanggaran terhadap ketentuan pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 13 ayat 2, pasal 15, pasal 17 ayat 1 huruf a, b, c, dan e, ayat 2, dan pasal 18.
- b. Pidana penjara paling lama 2 tahun atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 terhadap pelanggaran atas ketentuan pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat 1, pasal 14, pasal 16, dan pasal 17 ayat 1 huruf d dan f.
- c. Terhadap sanksi pidana di atas dapat dikenakan hukuman tambahan berupa tindakan:
 - 1) Perampasan barang tertentu
 - 2) Pengumuman keputusan hakim
 - 3) Pembayaran ganti rugi
 - 4) Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen
 - 5) Kewajiban menarik barang dari peredaran, atau
 - 6) Pencabutan izin usaha.

⁵⁹*Ibid.*, hal. 82