

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM

TRANSAKSI *ONLINE*

SKRIPSI



Oleh

WIDI WIRANTI

No. Mahasiswa : 16410305

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM
TRANSAKSI *ONLINE***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana (strata-1) pada Fakultas Hukum**

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

Oleh

WIDI WIRANTI

No. Mahasiswa : 16410305

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM
TRANSAKSI *ONLINE***

Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk Diajukan
Ke Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir/ Pendaran
Pada tanggal 10 September 2020



Yogyakarta, 27 Juli 2020

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Dr. NURJIHAD , S.H., M.H.

NIP/NIK: 904100106

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM
TRANSAKSI *ONLINE***

Telah di Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir/
Pendadaran

Pada Tanggal 10 September 2020 dan Dinyatakan **LULUS**

Yogyakarta, 10 September 2020

Tim Penguji

1. Ketua : Dr. Nurjihad , S.H., M.H. :
2. Anggota : Pandam Nur Wulan , S.H., M.Kn.:
3. Anggota : Dr. M. Syamsudin ,S.H.,M.H. :



Mengetahui

Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Fakultas Hukum

Dekan



Dr. Abd. Jamil, S.H., M.H.

NIP/NIK: 904100102

HALAMAN MOTTO



Dan hanya kepada Tuhanmulah (Allah SWT), hendaknya kamu berharap”.

(Qs Al Insyirah: 8)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR.Turmudzi)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain”

(HR. Bukhari Muslim)

*Sesungguhnya Sembahyangku, Ibadahku, Hidup Dan Matiku Hanyalah Untuk Allah,
Tuhan Semesta Alam, Tiada Sekutu Bagi-Nya, Dan Aku Adalah Orang-orang Yang
Pertama-Tama Menyerahkan Diri (Kepada Allah).*

(Os Al-An'am (6): 162-163)

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk Kedua Orangtuaku
Tercinta yaitu Bapakku Sulaiman dan ibuku Laila Tusa'ada yang
tiada henti selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan kasih
sayangnya kepadaku dan almamater Universitas Islam Indonesia
yang saya banggakan.*

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Widi Wiranti
2. Tempat Lahir : Curup
3. Tanggal Lahir : 20 April 1998
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : B
6. Alamat Terakhir : Gang Wiyono, Kelurahan Keparakan Kidul,
Kecamatan Mergangsan, RT. 49 RW.11 No. 1091,
Kota Yogyakarta
7. Alamat Asal : Jln. Bakti Osis 1, Kelurahan Air Bang, Kec.
Curup Tengah, Kab.Rejang Lebong,
Provinsi Bengkulu.
8. Identitas Orang Tua/ Wali
 - a. Nama Ayah : Sulaiman
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
 - b. Nama Ibu : Laila Tusa'ada
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua : Jln. Bakti Osis 1, Kelurahan Air Bang,
Kec. Curup Tengah, Kab.Rejang Lebong,
Provinsi Bengkulu.
9. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD : SDN 82 Rejang Lebong
 - b. SMP : SMP 1 Curup Kota
 - c. SMA : SMA 1 Curup Kota
10. Organisasi : KPS FH UII sebagai anggota
11. Prestasi : Juara 2 KAGANGA sekabupaten Rejang Lebong
12. Hobby : Membaca, berenang

Bengkulu, 8 Agustus 2020

(WIDI WIRANTI)
NIM 16410305

SURAT PERNYATAAN

ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH BERUPA TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya :

Nama : **WIDI WIRANTI**

Nim : **16410305**

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul : **PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI ONLINE**

Karya Ilmiah ini saya ajukan kepada Tim Penguji dalam ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang dalam penyusunan tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Bahwa saya menjamin hasil yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan karya ilmiah ini benar-benar Asli (orisinil), bebas dari unsur-unsur "penjiplakan karya ilmiah(plagiat)".
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan Perpustakaan di Lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ini.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan butir no.1 dan no.2), saya sanggup menerima sanksi baik administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan terhadap pembelaan hak-hak dan kewajiban saya, di depan majelis atau tim Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalir/terjadi pada karya ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar dan tidak ada tekanandalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 7 Juli 2020

Yang membuat pernyataan



(WIDI WIRANTI)

NIM 16410305

Assalamu'alaikum Wr.Wb

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin,

Segala puji bagi tuhan ALLAH SWT atas rahmat, ridho dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat mengerjakan karya tugas akhir (skripsi) dengan lancar dan kendala. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW melalui petunjuk dan bimbingannya yang membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dengan judul :

“PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI *ONLINE* “

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, maupun dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
2. Rasulullah Muhammad SAW, sebagai suri tauladan bagi umatnya.
3. Terimakasih kedua orang tua penulis yaitu Bapakku Sulaiman dan ibuku Laila Tusa'ada yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan segala hal.

4. Terimakasih Saudara-saudara penulis yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk penulis.
5. Terimakasih Bapak Dr. Nurjihad , S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dalam menulis karya ilmiah berupa skripsi.
6. Terimakasih kepada seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia atas ilmu, nasihat, serta doa yang diberikan kepada penulis.
7. Keluarga besar penulis, terima kasih atas doa dan dukungannya.
8. Terima kasih untuk teman-teman penulis yang selalu menyemangati dan mendoakan penulis.
9. Serta terima kasih kepada para pihak yang belum disebutkan namun telah membantu penulis dan semangat dan doa.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 8 Juli 2020

(WIDI WIRANTI)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN CURRICULUM VITAE	vii
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
HALAMAN ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Orisinalitas Penelitian	8
F. Kerangka Teori	9
G. Metode Penelitian	15
H. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TRANSAKSI JUAL BELI <i>ONLINE</i>	
A. Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha	19
1. Pengertian Konsumen dan Perlindungan Hukumnya	19
2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	29
B. Pemenuhan Hak Atas Informasi Bagi Konsumen.....	38
C. Perjanjian Jual Beli	42
1. Pengertian Pada Umumnya	42
2. Perjanjian Jual-Beli	43
3. Jual Beli atau Transaksi <i>online</i>	56
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI <i>ONLINE</i>	
A. Gambaran Umum Jual Beli <i>Online</i>	51
B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Jual Beli <i>Online</i>	55
C. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dan Penyelesaian Hukum Atas Pelanggaran Hak Informasi Dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i> Yang Merugikan Konsumen	67
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	78
----------------------	----

ABSTRAK

Penulis melakukan penelitian ini dengan maksud agar mengetahui bagaimana gambaran perlindungan konsumen atas hak informasi dalam transaksi *online* dengan cara menganalisis perlindungan konsumen pada praktik nyatanya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online*?; Bagaimanakah pertanggung jawaban pelaku usaha serta penyelesaian hukum atas pelanggaran hak informasi dalam jual beli *online* yang merugikan konsumen? Penelitian ini termasuk penelitian hukum normatif yang dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan dan Konseptual. Teknik pengumpulan data dengan cara studi pustaka, studi dokumen, dan wawancara. Berdasarkan penelitian, penulis menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen atas hak informasi dalam jual beli *online* belum berjalan semestinya karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum dapat diimplementasikan disebabkan pelaku usaha masih mengabaikan kewajiban, larangan serta hak-hak konsumen. Khususnya pada pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha semata-mata mencari keuntungan diri sendiri. Akibatnya konsumen kesulitan mendapatkan jaminan atas hak-hak konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha atau penjual disini adalah melakukan ganti kerugian yang didasari Pasal 19 (1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Upaya penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen yaitu melalui gugatan ke pengadilan atau di luar pengadilan dengan cara yaitu pengaduan ke YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) atau pengajuan gugatan ke BPSK.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Hak Atas Informasi, Jual Beli *Online*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 *online*, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung namun melalui teknologi informasi yang di sambungkan dengan internet. Transaksi *online* sekarang dijadikan metode jual-beli yang sering dilakukan oleh masyarakat jaman sekarang di Indonesia.¹

Faktor yang meningkatkan pelaku usaha melakukan transaksi *online* yaitu biaya pemasaran dan biaya distribusi yang digunakan lebih sedikit dari pada biaya jual-beli tatap muka karena membutuhkan modal yang lebih sedikit dalam menjalankan bisnis transaksi *online*. Sedangkan faktor mendorong konsumen bertransaksi *online* yaitu lebih mudah, menghemat waktu, hemat biaya. Seperti mudah dalam memilih beragam barang yang diinginkan serta konsumen tidak mengeluarkan biaya transportasi menuju toko yang akan dipilih serta menghemat waktu. Melalui transaksi *online* konsumen dapat memilih barang kebutuhan dengan mudah, membandingkan harga yang lebih murah dan membandingkan kualitas. Hal ini lebih praktis karena hanya

¹ Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online", terdapat dalam <https://www.neliti.com/id/publications/23092/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online> diakses terakhir tanggal 1 Mei 2020 pukul 14.20

dengan melakukan pencarian pada internet sehingga akan muncul penawaran-penawaran barang kebutuhan, konsumen hanya memilih pilihan barang serta sudah disediakan informasi harga, kualitas dan spesifikasi barang. Hal ini juga mempermudah untuk membandingkan barang yang akan dibeli.²

Pemanfaatan teknologi internet tidak hanya terdapat kelebihan namun juga terdapat kekurangan. Kekurangan dalam transaksi *online* yaitu dapat mengakibatkan dampak negative pada konsumen karena konsumen yang tidak bertemu langsung dengan pelaku usaha serta tidak saling mengenal dan hanya dilakukan atas dasar kepercayaan memungkinkan konsumen dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak jujur.³

Meningkatnya kelemahan konsumen akibat teknologi yang semakin maju dalam hal pemasaran mengakibatkan konsumen bingung dalam menentukan pilihan. Sehingga memperlemah konsumen dan akhirnya pelaku usaha memanfaatkan situasi secara tidak wajar.⁴

Konsumen menganut teori *let the buyer beware* yang menyatakan bahwa posisi pelaku usaha dan konsumen itu seimbang. Sehingga menurut teori tersebut tidak perlu adanya regulasi yang melindungi kepentingan konsumen. Konsumen hanya perlu berhati-hati dalam menentukan pilihan transaksinya.⁵ Indonesia secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Peraturan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

⁴ NHT Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, PT Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 14.

⁵ *Ibid*

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, namun bagaimana jika tujuan tersebut dilanggar oleh pihak pelaku usaha?

Praktiknya sering sekali terjadi dalam transaksi *online*, hak atas informasi konsumen tidak terpenuhi. Konsumen ketika melakukan transaksi *online* tidak informasi terbuka dan sebenar-benarnya mengenai barang yang diperdagangkan. Mengakibatkan timbul permasalahan dalam transaksi *online*, seperti iklan yang tidak sesuai dengan nyatanya, barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan dan tidak adanya kebijakan pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar serta ganti kerugian kepada konsumen.

Teori mengatakan bahwa posisi antara pelaku usaha dan konsumen setara, praktiknya konsumen sering dirugikan karena kurang mendapatkan informasi yang jujur mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan. Hal ini diakibatkan pelaku usaha ingin menguntungkan diri sendiri dengan cara tidak jujur dalam memberikan informasi terkait barang atau jasa. Nyatanya tidak adil bagi konsumen jika konsumen di salahkan karena kurang kehati-hatian serta tidak adanya hak untuk menuntut ganti kerugian.⁶

Hak atas informasi dalam jual beli secara *online* selain diatur dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen juga diatur dalam Undang-

⁶ *Ibid*

Undang tentang Informnasi dan Transaksi Elektronik. 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 yang harus diberikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen.

Menurut pendapat peneliti penyebab tidak terpenuhinya hak konsumen dalam hal informasi disebabkan karena pelaku usaha tidak sengaja memberikan informasi yang kurang jelas karena kurangnya pengetahuan bahwa pentingnya informasi yang jelas terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha dengan sengaja memberikan informasi yang tidak sesuai nyatanya demi keuntungan sendiri. Apalagi dalam transaksi *online* kedua belah pihak melakukan transaksi secara tidak langsung sehingga kemungkinan besar untuk memberikan informasi yang tidak jelas sangat mudah.

Pelaku usaha dalam hal menawarkan produknya dengan cara memberikan informasi yang semenarik mungkin kepada calon konsumen di situs *online* penjualannya sedangkan informasi yang tertera pada iklan dengan kenyataannya tidak sesuai. Misalkan pembelian pakaian secara *online*, dalam iklanya dijelaskan bahwa foto yang di iklan merupakan foto dari produk aslinya serta keterangan mengenai bahan dari pakaian tersebut dan kondisinya.

Akan tetapi pada saat barang diterima oleh konsumen, kondisinya tidak sesuai dengan yang ada di iklan tersebut.

Contoh kasus yang penulis temukan melalui wawancara terdapat beberapa konsumen yang merasa hak atas informasinya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

1. Konsumen 1: Namanya yang tidak ingin disebutkan merupakan mahasiswi salah satu universitas di Yogyakarta merupakan konsumen transaksi *online* yang hak atas informasinya dilanggar . Pada bulan Desember tahun 2019 konsumen 1 membeli sebuah *handphone* type Iphone XS seharga RP. 3.000.000,- melalui *online* di situs instagram bernama @ps_store_jakarta. Deskripsi yang ditawarkan oleh akun @ps_store_jakarta bahwa produk yang dijual asli dan harga yang ditawarkan lebih murah sehingga konsumen 1 tertarik untuk membelinya. Namun ketika sampai barang yang dipesan ternyata *handphone replica* yang menyerupai *handphone* seperti asli. Konsumen 1 merasa sangat dirugikan secara materil. Namun ketika konsumen 1 menghubungi kembali akun konsumen 1 telah diblokir oleh akun penjual tersebut.⁷
2. Konsumen 2: Renaldo merupakan konsumen *online* yang hak atas informasinya yang dilanggar. Renaldo membeli sebuah lemari baju melalui situs Lazada. Deskripsi lemari baju memiliki ukuran 3m x 1m, berwarna hitam, kokoh dan berbahan besi. Namun ketika barang

⁷ Wawancara, Konsumen 1, Konsumen, di Yogyakarta, tanggal 2 Mei 2020

sampai di tangan konsumen lemari baju tersebut tidaklah sama dengan apa yang tertera di deskripsi penjual. Lemari baju yang sampai memiliki ukuran yang hanya 2m x 1m, berwarna hitam dan tidak kokoh jelas sangat berbeda dengan deskripsi. Renaldo merasa dirugikan karena hak atas informasinya di langgar.⁸

Kasus di atas bahwa pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya yang diatur Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dalam transaksi wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang yang senyatanya serta wajib menjelaskan cara penggunaan, cara perbaikan dan cara pemeliharaan. Atas pengabaian kewajiban pelaku usaha maka konsumen mengalami kerugian materil dan kerugian non-materil. Seperti konsumen merasa telah ditipu oleh produsen karena informasi yang ada di iklan tidak sesuai dengan kenyataan, dalam praktiknya pelaku usaha menolak untuk menggantikan kerugian konsumen.

Walaupun sudah ada regulasi yang mengatur kepentingan konsumen namun belum menjamin terlaksananya kebijakan tersebut akibat salah satu pihak melepas tanggung jawab. Kenyataan yang terjadi sangat sulit menghindari serta menyelesaikan permasalahan mengenai transaksi *online*. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI *ONLINE*

B. Rumusan Masalah

⁸ Wawancara, Renaldo, Konsumen, di Yogyakarta, tanggal 21 Mei 2020

1. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online*?
2. Bagaimanakah pertanggungjawaban pelaku usaha dan penyelesaian hukumnya atas pelanggaran hak informasi dalam transaksi jual beli *online* yang merugikan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

1. Memahami perlindungan hukum bagi konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online*.
2. Memahami pertanggungjawaban pelaku usaha dan penyelesaian hukumnya atas pelanggaran hak informasi dalam transaksi jual beli *online* yang merugikan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Terdapat 2 manfaat dalam penelitian antara lain manfaat teoritis dan manfaat praktis, penjelasannya yaitu:

1. Manfaat teoritis adalah hasil dari penelitian bermanfaat untuk mengembangkan pemikiran, konsep-konsep dan teori dalam perlindungan konsumen.
2. Manfaat praktis adalah hasil dari analisis para pihak dalam menjalankan kewajiban dan hak sebagai pihak-pihak yang terkait dalam bertransaksi.

E. Orisinalitas Penelitian

Penelitian Hukum dengan judul “Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi *Online*” merupakan hasil karya ilmiah penulis sendiri dan tidak menjiplak hasil karya orang lain.

1. Bagas Wigrha Tama, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2018, Judul Penelitian “Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Konsumen Iklan Diskon Hari Belanja Online Nasional Di Situs Jual Beli Online” dijelaskan bahwa iklan yang memuat tentang diskon atau potongan harga pada situs belanja online belum berjalan semestinya. Karena pelaku usaha menjalankan praktik yang tidak sehat dalam hal mengabaikan memberikan hak atas informasi yang benar, jujur dan jelas. fokus pada penelitian ini yaitu terhadap pelanggaran kewajiban pelaku usaha dalam hal pemberian iklan diskon hari belanja online nasional.
2. Lervony Fridela, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2019, Judul Penelitian “Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Produk Kosmetik Impor Ilegal Yang Diendorse Oleh Selebgram Di Pekanbaru, Riau” dijelaskan bahwa pelaku usaha pada penelitian tersebut sebagai fasilitator dalam menawarkan produk masih mengabaikan informasi yang benar, jelas dan jujur. Hal ini semata-mata dilakukan demi keuntungan diri sendiri. Fokus pada penelitian ini yaitu meneliti terhadap subjek yang menawarkan produk melalui iklan dan mengabaikan informasi yang benar, jelas dan jujur.
3. Wiji Kurniawan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2013, Judul Penelitian “Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online” dijelaskan bahwa pemberian informasi yang diberikan oleh pelaku usaha pada penelitian

tersebut tidak memenuhi unsur Pasal 1320 ayat (1) dan (4) KUHPperdata.

F. Kerangka Teori

1. Perlindungan Konsumen

Pengertian menurut para ahli yaitu Az. Nasution bahwa penggabungan seluruh asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi kepentingan konsumen terkait penyediaan dan cara penggunaan barang atau jasa dalam masyarakat.⁹ Sedangkan menurut Suyadi yaitu penggabungan seluruh regulasi yang mengatur tingkah laku masyarakat dihubungkan dengan konsumen, pelaku usaha dan pihak lain terkait permasalahan perlindungan konsumen yang terdapat sanksi bagi pelanggaran.¹⁰

Secara yuridis diatur pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Sehingga perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tidak lain adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. Perlindungan

⁹ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, PT Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 67.

¹⁰ Suyadi, *Dasar-Dasar Hukum Perlindungan Konsumen*, UNSOED, Purwokerto, 2007, hlm. 1.

konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yakni:¹¹

- a. Asas manfaat
- b. Asas keadilan
- c. Asas keseimbangan
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen
- e. Asas kepastian hukum

2. Konsumen

Pengertian konsumen menurut Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah masyarakat yang menggunakan barang atau jasa yang digunakan untuk diri sendiri, pihak lain maupun makhluk hidup lain dan barang tersebut tidak untuk diperdagangkan kembali. Konsumen harus dilindungi oleh regulasi perlindungan hukum sebab hak konsumen sering diabaikan oleh pelaku usaha.

3. Produsen atau Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 9 Tahun 1998 adalah “orang perseorangan atau badan usaha berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan atau berkedudukan di wilayah Negara Republik Indonesia baik sendiri maupun bersama-sama dengan didasarkan oleh perjanjian terhadap penyelenggaraan kegiatan usaha di bidang ekonomi”.

¹¹ Elsi dan Advendi, *Hukum Dalam Ekonomi*, PT Grasindo, Jakarta, 2007, hlm. 159.

Pelaku usaha meliputi pihak pembuat, penghasil barang atau jasa dan pihak yang mengedarkan, menyampaikan, menyebarkan barang atau jasa tersebut ke masyarakat. Berkaitan dengan perlindungan konsumen, produsen atau pelaku usaha jika diartikan secara luas adalah para pihak yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industry pangan hingga sampai ke pihak konsumen.¹²

4. Perjanjian Jual Beli

Perjanjian adalah sebagai suatu hubungan hukum mengenai harta benda antar dua pihak yang melakukan perjanjian sehingga para pihak wajib melaksanakan janji tersebut jika salah satu pihak tidak memenuhi janji maka pihak lain berhak untuk menuntut ganti kerugian.¹³ Pengertian perjanjian menurut para ahli Subekti yaitu suatu peristiwa pihak satu mengikatkan janji kepada pihak lainnya atau dimana kedua pihak saling melakukan perjanjian untuk melaksanakan suatu hal.¹⁴ Pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUH-Perdata adalah suatu peristiwa para pihak membuat perjanjian untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain wajib membayar harga atas barang yang dijanjikan. Perjanjian jual beli akan sah jika para pihak yang berjanji wajib melaksanakan syarat sah perjanjian jual-beli. Syarat sah perjanjian yaitu:¹⁵

¹² Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 13.

¹³ J. Satrio, *Hukum perikatan- Perikatan Lahir dari Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm. 146.

¹⁴ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, CV. Mandar Maju, Jakarta, 2011, hlm. 4.

¹⁵ Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006, hlm. 2.

- a. Kesepakatan para pihak;
- b. Kecakapan para pihak;
- c. Objek yang diperjanjikan;
- d. Suatu sebab yang halal.

Secara etimologis, jual beli diartikan sebagai menukar harta dengan harta lainnya. Sedangkan secara terminologis, jual beli dimaknai sebagai transaksi penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Jual beli menjadi bagian terpenting dalam kegiatan usaha perekonomian karena langsung berhubungan dengan konsumen. Prof. R. Subekti berpendapat jual beli yaitu perjanjian saling memberi atau perjanjian saling menguntungkan dimana pelaku usaha wajib memberikan hak milik atas barang atau jasa sedangkan konsumen wajib membayar pembayaran uang sebagai nilai tukar atas barang atau jasa.¹⁶

Jual beli dianggap terjadi jika kedua belah pihak sama-sama bersepakat mengenai barang atau jasa yang akan diperjualbelikan beserta nilai tukar atas barang atau jasa tersebut dengan harga, walaupun penyerahan barang dan pembayaran atas barang atau jasa belum dilaksanakan. Hal ini disebut dengan kesepakatan. Jika alah satu pihak mengingkari maka pihak yang lainnya wajib melaksanakan ganti kerugian atas pihak tersebut. Terdapat beberapa kewajiban penjual yang harus dilaksanakan yaitu :¹⁷

¹⁶ Subekti, *Op. Cit*, hlm. 20

¹⁷ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 13.

- a. Penjual wajib menyerahkan barang dan hak milik atas barang tersebut kepada pembeli dan memberikan jaminan penguasaan barang yang dijual dengan aman tentram dan tidak ada cacat tersembunyi;
- b. Barang yang diserahkan harus dalam kondisi seperti apa yang telah diperjanjikan seperti perlengkapannya yaitu bukti kepemilikan;
- c. Penjual wajib memberikan barang sesuai dengan apa yang telah disepakatai seperti ukuran, jumlah barang atau jasa tersebut.;
- d. Jika pembeli membatalkan perjanjian jual beli maka penjual menyerahkan kembali biaya yang telah di bayarkan.

5. Produk

Produk adalah objek barang yang diperjualbelikan serta merupakan objek di dalam sengketa perlindungan konsumen. Produk meliputi barang dan atau jasa. Pengertian barang menurut Pasal 1 angka (4) Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak, dapat dihabiskan, maupun tidak, yang dapat dinikmati dari kegunaan barang atau jasa. Jasa adalah setiap layanan yang diberikan oleh pelaku usaha yang berbentuk pekerjaan prestasi disediakan untuk masyarakat yang bermanfaat oleh konsumen.

6. Pertanggungjawaban

Pasal 1365 KUH-Perdata bahwa setiap perbuatan yang melanggar hukum dan mengakibatkan pihak lain mengalami kerugian maka pihak tersebut berkewajiban untuk memenuhi ganti kerugian atas kerugian pihak

tersebut. Pasal 1365 KUH-Perdata, perbuatan melanggar hukum tersebut adalah perbuatan yang melawan hukum mengakibatkan kerugian kepada orang lain, dan orang yang menimbulkang kerugian tersebut wajib memenuhi ganti kerugian. Terdapat macam-macam pertanggungjawaban yaitu:

- a. Pasal 1366 KUHPerdata yaitu setiap orang wajib bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karenanya dan wajib bertanggung jawab yang disebabkan karena kelalaiannya atau kurang kehati-hatiannya.
- b. Pasal 1367 KUHPerdata yaitu wajib bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau barang yang di bawah pengawasannya.

7. Jual Beli *Online*

Pengertian transaksi menurut KBBI yaitu persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua belah pihak. Sedangkan pengertian online dalam jual beli adalah menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang akan diperjualbelikan.¹⁸ Sehingga transaksi *online* 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 diperjualbelikan. Transaksi *online* dilakukan oleh penjual dan pembeli melalui media elektronik sehingga kesepakatan jual-

¹⁸ Joko Salim, *Step by Step Online*, PT Meida Komputindo, Jakarta, 2009, hlm. 2

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.

G. Metode Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek Penelitian yang penulis teliti yaitu mengenai Perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat jual beli *online*.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis merupakan jenis penelitian hukum normatif. Menurut Soerjono Soekanto, yaitu penelitian hukum dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.¹⁹

3. Metode Pendekatan

Metode pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan Konseptual. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah semua Undang-Undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan masalah hukum yang sedang ditangani,

¹⁹ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (suatu Tujuan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2001, hlm. 1.

pendekatan konseptual adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi :

- a. Data primer, terdiri dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Data sekunder, berupa literatur-literatur yang terdiri dari buku, makalah, jurnal, dan referensi-referensi lain yang terkait dengan Perlindungan Konsumen.
- c. Data tersier, adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder meliputi Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, dan Kamus Bahasa Inggris.

5. Metode Pengumpulan Data

- a. Studi pustaka, yaitu menghimpun dan mengkaji buku, karya ilmiah, jurnal tesis, disertasi yang berhubungan dengan topik permasalahan penelitian.
- b. Studi dokumen, yaitu menganalisis dokumen-dokumen resmi yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.
- c. Wawancara, Kegiatan untuk memperoleh data secara langsung dan bertatap mata dengan narasumber. Cara ini dilakukan untuk memperkuat argumen serta data yang penulis olah. Serta untuk menunjang pada bab pembahasan nantinya.

6. Metode Pengolahan Data

Pengolahan dan penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan mendeskripsikan data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder.

7. Analisis

Bahan hukum yang sudah lengkap dikumpul dari hasil analisis kemudian disusun secara sistematis dan dianalisis secara kualitatif dan dihubungkan dengan peraturan-perundang-undangan yang berlaku.

H. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan, Tinjauan Pustaka, dan Metode Penelitian Hukum.

BAB II TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN, HAK ATAS INFORMASI DAN TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE*

Bab ini menguraikan hasil kajian Tentang PerUndang-Undangan Perlindungan Konsumen, Informasi dan Transaksi *Online*, Perlindungan Konsumen, Perjanjian Jual Beli.

BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP HAK ATAS INFORMASI DALAM TRANSAKSI *ONLINE*

Bab ini menjawab dan menganalisis rumusan masalah mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online dan dan pertanggungjawaban pelaku usaha dan penyelesaian hukumnya atas pelanggaran hak informasi dalam jual beli *online* yang merugikan konsumen.

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup atau bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran

BAB II
TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN
TRANSAKSI *ONLINE*

A. Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Konsumen Dan Perlindungan Hukumnya

a. Pengertian perlindungan Konsumen

Pengertian menurut para ahli yaitu Az. Nasution penggabungan seluruh asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi kepentingan konsumen terkait penyediaan dan cara penggunaan barang atau jasa dalam masyarakat.²⁰ Sedangkan menurut Suyadi yaitu penggabungan seluruh regulasi yang mengatur tingkah laku masyarakat yang dihubungkan dengan konsumen, pelaku usaha dan pihak lain terkait permasalahan perlindungan konsumen yang terdapat sanksi bagi pelanggaran.²¹

Istilah Perlindungan konsumen bertujuan menggambarkan perlindungan hukum yang melindungi kepentingan konsumen dalam usahanya agar terhindar dari adanya kerugian.²² Perlindungan hukum merupakan regulasi yang sangat penting bagi konsumen karena melindungi kepentingan konsumen untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen, karena tingkat kemungkinan

²⁰ Az. Nasution, *Op.Cit*, hlm. 67.

²¹ Suyadi, *Op.Cit*, hlm. 1.

²² Janus Sidabolok, *Op. Cit*, hlm. 9.

kerugian konsumen tinggi. Sehingga perlindungan hukum bagi konsumen diharapkan dapat berjalan baik sebagaimana semestinya.²³

Konsumen memerlukan regulasi hukum dikarenakan konsumen dinilai memiliki kedudukan yang rendah dibandingkan pelaku usaha. Maksudnya posisi konsumen lebih mudah mengalami kerugian dan posisi pelaku usaha lebih mudah untuk melakukan kecurangan. Terdapat faktor yang menyebabkan konsumen mudah untuk dicurangi yaitu:²⁴

- 1) Ketergantungan konsumen terhadap suatu barang atau jasa sangat tinggi.
- 2) Konsumen kurang mengetahui proses produksi atas barang;
- 3) Kemampuan tawar-menawar konsumen sangat lemah.

Kehadiran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen Indonesia. Diakui bahwa undang-undang tersebut bukanlah yang pertama dan yang terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan konsumen tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-Undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen, baik menyangkut

²³ Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 90

²⁴ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Ctk. Pertama, UIN-Maliki Press, Malang, 2011, hlm. 2.

hukum materiil maupun hukum formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen.²⁵

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan pengertian perlindungan konsumen yaitu berbagai upaya bertujuan untuk melindungi dan menjamin adanya kepastian hukum kepada konsumen. Perlindungan konsumen terdiri dari cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa terdiri dari tahap awal mendapatkan barang atau jasa sampai dampak-dampak dari barang atau jasa tersebut. Perlindungan konsumen terdiri dari dua aspek cakupan yaitu:²⁶

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan atau yang melanggar aturan undang-undang. Sehingga persoalan mengenai penggunaan bahan baku produksi, proses produksi, proses distribusi, desain produk dan sebagainya harus sesuai standar keamanan dan keselamatan. Serta persoalan cara konsumen menuntut ganti kerugian yang timbul dari adanya ketidaksesuaian produk yang telah diperjanjikan.
- 2) Perlindungan terhadap syarat-syarat yang menyebabkan konsumen merasa tidak adil. Seperti dalam hal promosi, periklanan, standar kontrak, harga jual dan sebagainya yang

²⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Op. Cit*, hlm.20.

²⁶ Janus Sibadak, *Op. Cit*, hlm 8.

berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan barangnya.

b. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Ada lima asas perlindungan konsumen yang ditetapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Asas-asas tersebut terdiri dari:²⁷

- 1) Asas Manfaat: dapat memberikan manfaat kepada kepentingan konsumen maupun kepentingan pelaku usaha.
- 2) Asas Keadilan: memberikan kesempatan terpenuhinya hak hak yang setara antara konsumen dan pelaku usaha secara adil.
- 3) Asas Keseimbangan: memberikan posisi yang seimbang anatar kepentingan pelaku usaha dan konsumen berkaitan hal materil maupun nonmaterial
- 4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen: terdapat jaminan atas keselamatan dan kemanan bagi konsumen dan pelaku usaha yang adil.
- 5) Asas Kepastian Hukum: Negara wajib memberikan kepastian hukum terhadap pihak konsumen dan pelaku usaha.

Perumusan subtansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengacu pada filosofis pembangunan nasional yaitu pembangunan Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah

²⁷ N.H.T. Siahaan, *Op. Cit*, hlm 83.

negara Republik Indonesia.²⁸ Berdasarkan substansi asas di atas dapat menjadi tiga asa, yaitu:²⁹

- 1) Asas manfaat terdiri dari asas keamanan dan keselamatan konsumen;
- 2) Asas keadilan yang terdiri dari asas keseimbangan;
- 3) Asas kepastian hukum.

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 Perlindungan konsumen bertujuan agar:

- 1) Kesadaran, kemampuan dan kemandirian meningkat untuk melindungi diri;
- 2) Bertujuan meninggikan harkat dan martabat konsumen agar terhindar dari dampak negative pemakatan barang atau jasa;
- 3) Mendorong konsumen lebih bebas memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Terciptanya perlindungan konsumen yang didasarkan kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi yang jelas;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha terkait pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh rasa tanggung jawab dan jujur suatu usaha;

²⁸ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm.26

²⁹ *Ibid.*

- 6) Mendorong peningkatan kualitas barang atau jasa yang menjamin berjalannya usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan terhadap konsumen.

Agar terwujudnya tujuan perlindungan konsumen maka negara bertanggung jawab atas pembinaan dan pelaksanaan perlindungan konsumen dengan cara sebagai berikut:³⁰

- 1) Menciptakan iklan usaha yang jujur sehingga terhindar dari persaingan tidak sehat;
- 2) memperbanyak lembaga yang melindungi kepentingan konsumen baik lembaga yang didirikan Negara maupun bukan Negara;
- 3) meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan dalam hal pengkajian, penelitian dan mengembangkan di bidang perlindungan konsumen.

c. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam

Asas utama dari keseluruhan kegiatan bisnis menurut perspektif Islam ditempatkan pada asas yang paling tinggi yaitu tauhid.³¹ Dari asas tersebut lahirnya asas istikhlaf, yang menyatakan bahwa apa yang dimiliki oleh manusia hakekatnya adalah titipan dari Allah SWT, manusia hanyalah sebagai pemegang amanah yang diberikan kepadanya. Dari asas tauhid juga melahirkan asas al-ihsan (benevolence), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat

³⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Op. Cit*, hlm 27.

³¹ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta, Gema Insani Press, 1997, Hlm.31

memberikan manfaat kepada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskannya untuk melaksanakan perbuatan tersebut.³²

d. Pengertian Konsumen

Awal mula kata konsumen berasal dari kata consumer (Inggris-Amerika), atau consument/konsument (Belanda). Jika dilihat dari segi harafiah bahwa kata consumer merupakan lawan kata dari produsen dan maksud dari consumer adalah setiap orang yang menikmati atas manfaat dari penggunaan barang tersebut.³³ Umumnya maksud dari konsumen yaitu orang terakhir yang menggunakan atau menikmati manfaat atas barang yang telah diberikan oleh pihak pelaku usaha dan bukan lah orang yang memperjual-belikan kembali atas barang tersebut.³⁴

UUPK berpendapat orang yang menggunakan dan menikmati manfaat atas barang atau jasa yang tersedia di kehidupan masyarakat sehari-hari baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga pengguna, orang lain, ataupun makhluk lainnya dan barang tersebut tidak untuk diperdagangkan kembali. Adapun hal-hal yang tidak boleh di lewati oleh konsumen:³⁵

- 1) Konsumen yaitu orang atau pengguna yang menggunakan atas barang atau jasa dengan tujuan tertentu yang pasti tidak boleh melwan hukum;

³² Hasan Aedi, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung, Alfabeta, 2011, Hlm. 59

³³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm.22.

³⁴ Janus Sidabalok, *Op. Cit*, hlm. 17.

³⁵ Az.Nasution, *Op. Cit*, hlm 29

- 2) Konsumen-antara adalah orang yang membeli barang tersebut dengan tujuan untuk diperdagangkan kembali dengan maksud untuk mencari keuntungan.
- 3) Konsumen-terakhir adalah orang terakhir yang mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa tersebut dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

e. Hak-Hak Konsumen

Terdapat 8 hak konsumen berdasarkan Pasal 4 UUPK, dan 1 hak konsumen berdasarkan peraturan-perundang-undangan yang lainnya. Hak-hak tersebut terdiri dari:³⁶

- 1) Konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas penggunaan barang atau jasa;
- 2) Konsumen berhak memilih barang atau jasa yang dibutuhkan;
- 3) Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur;
- 4) Keluhan serta pendapat konsumen wajib didengar;
- 5) Konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum, bantuan hukum dan penyelesaian sengketa konsumen;
- 6) Konsumen berhak atas pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Konsumen berhak diperlakukan secara adil tanpa diskriminasi;
- 8) Konsumen berhak atas kompensasi atas barang atau jasa jika merugikan konsumen;

³⁶ N.H.T. Siahaan, *Op. Cit*, hlm 84.

9) Konsumen berhak atas apa yang telah ditentukan oleh peraturan perundang-undang yang lainnya.

Deklarasi Hak-Hak Asasi Manusia yang oleh PBB menambahkan 4 hak dasar konsumen lainnya, yaitu;³⁷

- 1) Konsumen berhak atas memenuhi kebutuhan hidup;
- 2) Konsumen berhak menuntut ganti kerugian akibat hak untuk memperoleh ganti rugi;
- 3) Konsumen berhak memperoleh pendidikan;
- 4) Konsumen berhak mendapatkan lingkungan yang sehat dan bersih;

f. Hak-Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam

Terdapat enam hak konsumen menurut pandangan hukum islam, yaitu:³⁸

- 1) Konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jujur dan jelas agar terhindar dari adanya penipuan;
- 2) Konsumen berhak memperoleh keamanan atas produk atau jasa serta lingkungan sehat;
- 3) Konsumen berhak mendapatkan bantuan hukum, perlindungan hukum;
- 4) Konsumen berhak memperoleh perlindungan agar terhindar dari adanya niat penyalahgunaan keadaan;
- 5) Konsumen berhak atas ganti-kerugian yang menimbulkan dampak negative atas suatu barang;

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, BPF, Yogyakarta, 2004, Hlm.195.

- 6) Konsumen berhak memilih dan mendapatkan nilai tukar yang sesuai dengan kondisi barang atau jasa.

g. Kewajiban Konsumen

Terdapat kewajiban konsumen yang harus dilaksanakan dan tidak boleh diabaikan dalam bertransaksi menurut Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu:

- 1) Konsumen sebelum menggunakan barang atau jasa wajib untuk terlebih dahulu membaca prosedur pemakaian, pemanfaatan demi tercapainya keamanan dan keselamatan;
- 2) Konsumen ketika bertransaksi barang atau jasa wajib beritikad baik
- 3) Konsumen wajib membayar atas barang atau jasa tersebut sesuai jumlah yang telah diperjanjikan;
- 4) Konsumen wajib mentaati hukum dalam hal penyelesaian sengketa jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

Terdapat tahapan yang harus dilewati oleh konsumen dalam bertransaksi menurut A.Z. Nasution, tahap tersebut yaitu:³⁹

- 1) Tahapan sebelum transaksi

Setiap tahapan dalam suatu transaksi kemungkinan dapat terjadi secara serentak. Tahapan sebelum transaksi yaitu konsumen memilih barang atau jasa yang dibutuhkan yang digunakan untuk meminjam ataupun untuk dibeli. Tahapan ini konsumen sangat membutuhkan informasi yang akurat sesuai dengan kondisi

³⁹ Ade Maman Suherman, Op.Cit, hlm. 102-103.

barang atau jasa yang nyata. Hal ini bertujuan agar konsumen terhindar dari penipuan. Right to be informed of consumers harus dilaksanakan dan di hormati oleh pelaku usaha dan kosnumen;

2) Tahapan ketika transaksi berlangsung

Tahapan ini ketika kosnumen dan pelaku usaha menyetujui atas suatu kesepakatan yang meliputi pinjam meminjam, jual-beli. Kedua belah pihak wajib bertikad baik dalam transaksi agar salah satu pihak lainnya tidak mengalami kerugian. Negara maju seperti di Amerika, Belanda, Inggris, dan Australia berpendapat bahwa dalam tahapan ini konsumen berhak diberikan tenggang waktu untuk mempertimbangkan atas transaksi tersebut atau dapat membatalkannya jika kemungkinan akan terjadi kerugian;

3) Tahapan setelah terjadi transaksi

Tahapan ini biasanya disebut dengan pemberian jaminan garansi dalam waktu tertentu jika terjadi kerusakan akibat barang atau jasa maka pelaku usaha memberika pelayan gratis untuk memperbaiki kerusakan tersebut.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha pada umumnya disebut sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa yang merupakan pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer professional, atau setiap orang atau setiap

badan usaha yang ikut dalam menyediakan barang atau jasa sehingga sampai ke tangan konsumen. Sehingga pelaku usaha bukan hanya orang atau badan usaha yang menghasilkan produk tersebut melainkan yang memperdagangkan kembali ke tangan konsumen.⁴⁰

Pasal 3 angka 1 disebutkan bahwa pengertian 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pengertian pelaku usaha secara luas terdapat dalam Pasal 1 angka (3) UUPK. Pengertian pelaku usaha menurut UUPK sama dengan pengertian pelaku usaha menurut masyarakat Eropa terutama Negara Belanda, pelaku usaha yang dapat dikualifikasi yaitu yang membuat produk, penghasil bahan baku, pembuat suku cadang, orang yang menunjukkan dirinya sebagai produsen dengan cara mencantumkan nama dan keterangan untuk membedakan dengan yang lain bertujuan untuk disewakan maupun diperjualbelikan atau dalam bentuk distribusi lainnya dalam perdagangan.⁴¹

⁴⁰ Janus Sidabalok, *Op. Cit*, hlm. 16.

⁴¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op. Cit*, hlm. 8.

Az. Nasution menyebutkan terdapat kelompok yang menyediakan barang atau jasa yaitu:⁴²

- 1) Setiap orang yang menyediakan dana bertujuan memenuhi kebutuhan barang atau jasa disebut investor;
- 2) Setiap orang yang menghasilkan atau membuat barang atau jasa disebut produsen;
- 3) Orang yang mempermudah menyampaikan barang yang disebut distributor.

Pengertian pelaku usaha dilihat dari pandangan luas tersebut mempermudah konsumen dapat menuntut ganti kerugian yang timbul akibat barang atau jasa. Apabila konsumen mengalami kerugian akibat penggunaan barang atau jasa tersebut konsumen dapat menuntut pihak mana saja untuk digugat tetapi akan lebih mudah jika hal ini diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan rincian seperti dalam Pasal 3 Directive menyatakan bahwa:⁴³

- 1) Pelaku usaha yang membuat produk terakhir, pelaku usaha dari setiap bahan yang mentah, pelaku usaha yang membuat suku cadang maupun pelaku usaha yang mengenalkan namanya dan merek yang bertujuan untuk membedakan dengan produk lain;
- 2) Tidak mengurangi tanggung gugat pelaku usaha, sehingga pengimpor barang untuk dijual, disewakan, atau leasing adakan

⁴² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2006, hlm. 37

⁴³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 9.

dianggap sebagai produsen dalam arti *Directive* ini, dan akan menanggung ganti kerugian;

- 3) Jika pelaku usaha tidak dikenal identitasnya, sehingga supplier bertanggung jawab sebagai pelaku usaha atas kerugian yang timbul. Namun jika ia menginformasikan orang yang mengalami kerugian dalam waktu yang cepat maka tidak dapat dituntut ganti kerugian.

Apabila terjadi dampak negative yang timbul maka pelaku usaha wajib mengganti kerugian atas kerugian tersebut.⁴⁴

b. Hak Pelaku Usaha

Hak-hak pelaku usaha terdapat pada Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen antara lain yaitu:

- 1) Pelaku usaha berhak atas menerima pembayaran atas barang atau jasa sesuai dengan kesepakatan yang dibuat;
- 2) Pelaku usaha berhak atas perlindungan hukum dari tindakan kejahatan yang dilakukan oleh konsume;
- 3) Pelaku usaha berhak membela diri sepatutnya dengan jujur dalam penyelesaian sengketa konsumen;
- 4) Pelaku usaha berhak atas pemulihan nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa pelaku usaha tidak bersalah atas kerugian yang dialami oleh konsumen;

⁴⁴ Janus Sidabalok, *Op.Cit*, hlm. 17.

5) Pelaku usaha berhak atas perlindungan huku yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Pelaku usaha berhak menerima pembayaran sesuai dengan nilai tukar barang atau jasa yang diperjualbelikan, memperlihatkan bahwa pelaku usaha tidak dapat dituntut jika barang atau jasa yang dijual kepada konsumen tidak memadai menuut harga pada umumnya. Praktiknya sering terjadi bahwa kualitas barang atau jasa tersebut lebih rendah daripada barang yang lainnya yang sama. Sehinyya penting bahwa pelaku usaha membrikan harga yang wajar dan sesuai dengan nilai tukarnya.⁴⁵

c. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha yang haru dilaksanakan dan tidak boleh dilewatkan di atur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen:

- 1) Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib dilakukan dengan itikad baik;
- 2) Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib memberikan informasi yang sebenarnya tanpa ada yang ditutupi dan harus jujur;;
- 3) Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib adil dalam memperlakukan konsumen tanpa adanya diskriminasi;

⁴⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 51.

- 4) Pelaku usaha wajib memberikan jaminan atas kualitas barang atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan standar kualitas barang jasa yang berlaku;
- 5) Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib memberikan konsumen kesempatan untuk mencobi, menguji barang atau jasa serta memberikan jaminan dan garansi;
- 6) Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen lebih menekankan kepada pelaku usaha untuk menjalankan usahanya harus didasari dengan itikad baik. Itikad baik tersebut harus dilaksanakan pada awal usaha atau perencanaan usaha sampai ke pihak konsumen. Hal ini agar terhindar dari kemungkinan terjadinya kerugian yang dialami oleh pihak konsumen dan pelaku usaha.⁴⁶

d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha yang wajib dilaksanakan yaitu:

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas dampak negative yang dideita oleh konsumen akibat menggunakan barang atau jasa tersebut;
- 2) Tanggung jawab yang disebutkan di atas yaitu mengembalikan uang atau menggantikan barang atau jasa yang serupa atau yang mempunyai nilai tukar yang sama, ataupun perawatan kesehatan

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 54.

jika kerugian pada kesehatan sesuai dengan aturan perundang-undangan;

- 3) Memberikan ganti kerugian tersebut harus dilaksanakan dalam waktu seminggu atau 7 hari setelah lahirnya perjanjian atau transaksi;
- 4) Walaupun telah memberikan ganti kerugian tidak dapat menghapus tuntutan pidana yang menjeratnya;
- 5) Ganti kerugian tidak dapat dilaksanakan jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa pelaku usaha tidak bersalah.

Sehingga terdiri dari tiga tanggung jawab menurut Pasal 19 ayat (1) yaitu tanggung jawab atas ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen. Pelaku usaha wajib melaksanakan ganti kerugian yang meliputi semua kerugian yang di alami oleh konsumen.⁴⁷

e. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Perspektif Hukum Islam

Perspektif Hukum Islam menyatakan tanggung jawab pelaku usaha yaitu:⁴⁸

- 1) Tanggung jawab dilakukan kepada Allah SWT di dalamnya terdapat dimensi tauhid; Adanya dimensi tauhid

⁴⁷ *Ibid*, hlm.126.

⁴⁸ Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", terdapat dalam <https://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/download/267/237>, Diakses terakhir tanggal 1 Juni 2020

sebagai ciri tanggung jawab yang dilakukan secara vertikal kepada Allah SWT;

- 2) Pelaku usaha harus amanah;
- 3) Semua hasil yang diciptakan Allah SWT wajib menyejahterakan semua umat;
- 4) Pelaku usaha wajib saling tolong-menolong dalam membina;
- 5) Usaha pelaku usaha didasarkan ibadah kepada Allah SWT.

f. Perbuatan yang Dilarang oleh Pelaku Usaha

Terdapat beberapa hal yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha menurut Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 UUPK . hal ini bertujuan agar terhindar dari perbuatan yang dapat merugikan konsumen dari itikad tidak baik pelaku usaha. Karena posisi konsumen yang tidak seimbang dari pada posisi pelaku usaha. Hal yang tidak boleh dilakukan yaitu:⁴⁹

- 1) Pasal 8 hal yang harus dihindari oleh pelaku usaha ketika memproduksi barang atau jasa;
- 2) Pasal 9 sampai 16 tentang hal yang harus dihindari oleh pelaku usaha ketika;
- 3) Pasal 17 tentang hal yang tidak boleh dilakukan dalam membuat iklan atau mempromosikan barang atau jasa.

Hal-hal yang tidak diperbolehkan dilakukan oleh pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

⁴⁹ Wibowo T Tunardy, “Perbuatan yang dilarang oleh Pelaku Usaha”terdapat dalam <https://www.jurnalhukum.com/perbuatan-yang-dilarang-bagi-pelaku-usaha/> diakses terakhir pada 1 Juni 2020

- 1) Pelaku usaha tidak boleh menghasilkan barang atau jasa yang:
 - a) Standar kualitas yang tidak sesuai dengan yang diatur Undang-Undang;
 - b) Berat bersih, netto, jumlah barang tidak sesuai dengan barang atau jasa yang diberikan;
 - c) Ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya;
 - d) Kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran tidak sesuai dengan sebenarnya;
 - e) Label atau keterangan pada produk atau jasa tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya;
 - f) Keterangan, label, iklan tidak sesuai dengan keterangan yang sebenarnya;
 - g) Tanggal kadaluarsa yang tidak tercantum dalam barang;
 - h) Proses produksi tidak sesuai dengan ketentuan;
 - i) Tidak terdapat spesifikasi barang yang diperdagangkan;
 - j) Informasi penggunaan tidak terdapat pada barang tersebut.
- 2) Barang yang telah rusak tidak boleh diperdagangkan kembali oleh pelaku usaha;
- 3) Sediaan farmasi dan pangan yang diperjual tidak boleh terdapat kerusakan, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberi informasi secara lengkap dan benar.

Pasal 9 ayat (1) UUPK menjelaskan bahwa:

- 1) Pelaku usaha tidak boleh mempromosikan atau menawarkan, menghasilkan barang atau jasa seolah-olah:
 - a) Telah terjadi potongan harga namun kenyataannya bahwa tidak benar terjadi potongan harga;
 - b) Barang yang ditawarkan seolah-olah bagus dan baru padahal tidak benar;
 - c) Persediaan barang atau jasa ada namun ternyata tidak ada;
 - d) Tidak terdapat cacat tersembunyi dalam barang tersebut;
 - e) Tidak boleh merendahkan barang lainnya;
 - f) Tidak boleh terdapat kata-kata yang berlebihan;
 - g) Memberikan janji yang tidak pasti.

B. Pemenuhan Hak Atas Informasi Bagi Konsumen

Pemenuhan hak atas informasi diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu pada Pasal 4 Undang-Undang perlindungan Konsumen bahwa konsumen berhak atas informasi yang sebenar-benarnya, sejelas-jelasnya dan jujur terkait kondisi barang atau jasa yang ada sesuai dengan jaminan. Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan kewajiban bagi pelaku usaha harus memberikan informasi yang sebenar-benarnya, sejelas-jelasnya dan jujur terkait kondisi barang atau jasa yang ada sesuai dengan jaminan, perbaikan dan pemeliharaan. Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha tidak boleh menjual barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang terdapat dalam iklan yang ditawarkan.

Terkait hak atas informasi terdiri dari informasi yang benar, jelas, dan jujur maksudnya yaitu:

1. Informasi benar: menurut KBBI kata benar yaitu sesuai sebagaimana adanya (seharusnya). Sehingga maksud informasi benar adalah keterangan spesifikasi suatu barang dan/atau jasa yang tertera pada label atau iklan harus sesuai sebagaimana keadaan yang sesungguhnya. Sehingga informasi yang disampaikan tidak boleh berlebihan dan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.
2. Informasi jelas: maksudnya informasi yang disampaikan harus mudah dipahami dan dimengerti serta keseluruhan informasi haruslah lengkap sesuai dengan kenyataan tanpa ada yang ditutup-tutupi.
3. Informasi jujur: maksudnya informasi yang disampaikan tidak boleh terdapat suatu kebohongan ataupun kecurangan karena akan mengakibatkan kerugian pada pihak lain.

Peraturan yang mengatur jalannya jual beli secara elektronik diatur dalam Pasal 49 dan 51 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan Pelaku usaha yang ketika mempromosikan barang harus disertai dengan informasi yang terbuka, lengkap, dan sebenar-benarnya.

Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik:

1. Pelaku Usaha yang memberikan barang wajib memberikan informasi yang sebenar-benarnya sesuai kontrak maupun barang atau jasa;
2. Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi terkait promosi atas kontrak atau iklan;
3. Apabila barang yang tidak sesuai maka konsumen diberikan batas waktu pengembalian;
4. Barang yang telah dikirim wajib harus dilaporkan kepada konsumen.

Pasal 51 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik bahwa para pihak wajib menjamin data dan informasi yang sebenar-benarnya dan terdapat saranan serta layanan penyelesaian sengketa.

Tujuan dari perlindungan konsumen yaitu agar terjaminnya hak-hak konsumen menghindari adanya itikad buruk dari pelaku usaha. Sepertihalnya konsumen berhak atas informasi yang benar, jujur dan jelas yang diatur pada Pasal 4 huruf c UUPK. Konsumen menganggap itu hal yang penting karena informasi tersebut merupakan tanggung jawab pelaku usaha.⁵⁰

Informasi yang benar, jelas dan jujur sangat penting menghindari adanya kemungkinan itikad baik oleh pelaku usaha yang mengakibatkan

⁵⁰ Celina Tri Siwi Kristianti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Sinar Grafika, Jakarta, 2011 .hlm.71

konsumen mengalami kerugian. Jika hak atas informasi diabaikan maka dapat dikatakan dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak jelas. Informasi yang disampaikan pelaku usaha sangat berpengaruh kepada nasib konsumen apakah akan mengalami kerugian atau tidak.⁵¹

Pihak pelaku usaha wajib memberikan informasi yang sebenarnya demi kepentingan konsumen ketika memilih barang. Menurut Howard Beales menyatakan bahwa standar harga kualitas keterangan mempengaruhi kemudahan konsumen dalam memilih barang.⁵²

Menurut Prof. Hans W. Micklitz bahwasanya konsumen dapat dibedakan menjadi dua tipe yaitu:⁵³

1. Konsumen yang terinformasi: maksudnya bahwa konsumen memiliki ilmu pengetahuan yang lebih tinggi karena tingkat pendidikan tertentu, memiliki cara komunikasi yang lancar atau mudah bersosialisasi, sehingga konsumen ini tidak perlu perlindungan konsumen;
2. Konsumen yang tidak terinformasi: maksudnya yaitu konsumen ini memiliki pengetahuan yang lebih sedikit akibat keterbatasan pendidikan;
3. Konsumen yang memiliki kemampuan komunikasi yang kurang lancar
Konsumen tersebut perlu perlindungan hukum yang menjadi tanggung jawab Negara. Keterangan yang tertera wajib berdasarkan undang-undang. Pencantuman informasi dari sudut perundang-undangan adalah sebagai suatu

⁵¹ *Ibid*

⁵² Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Ctk Pertama, FH UII Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 217.

⁵³ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grafindo, Jakarta, 2006, hlm.

keharusan. Hal tersebut diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK tentang hak atas informasi yang benar, jujur, dan jelas. Konsumen ketika mendapatkan informasi itu harus memuat keterangan yang jelas, jujur, dan bertanggung jawab karena kebenaran isi pernyataan atau label tersebut merupakan tanggung jawab dari pihak yang membuat dan/atau menyiarkan.⁵⁴

C. Perjanjian Jual-Beli

1. Perjanjian Pada Umumnya

a. Pengertian Perjanjian

Terdapat pengertian luas dan pengertian yang sempit. secara luas perjanjian merupakan perjanjian yang timbul karena terdapat akibat hukum seperti adanya peristiwa perkawinan dan lain-lain. Pengertian secara sempit yaitu perjanjian hanya ditunjukkan kepada hubungan hukum dalam lapangan Hukum Kekayaan saja, seperti yang dimaksud oleh Buku ke-III B.W.⁵⁵

Perjanjian adalah sebagai suatu perhubungan hukum mengenai harta benda antar dua pihak yang menyepakati suatu perjanjian dan wajib melaksanakan isi dari perjanjian jika janji tersebut tidak dilaksanakan maka salah satu pihak dapat menuntut ganti kerugian.⁵⁶ Para ahli yaitu Subekti mempunyai pendapat mengenai istilah perjanjian ialah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa ini, muncul suatu hubungan antara dua orang

⁵⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit*, hlm. 72

⁵⁵ J. Satrio, *Hukum Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm. 19-24.

⁵⁶ *Ibid*, hlm.146

tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Perjanjian berbentuk suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau dituliskan.⁵⁷

b. Asas Perjanjian

Syarat sahnya perjanjian menurut KUHPerdara harus memenuhi 4 (empat) syarat, yaitu:

- 1) Kesepakatan;
- 2) Kecakapan para pihak;
- 3) Objek yang diperjanjikan;
- 4) Suatu sebab yang halal.

Keempat syarat tersebut terbagi menjadi syarat subjektif dan syarat objektif. Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif karena berkaitan dengan subjek perjanjian, sedangkan syarat ketiga dan keempat merupakan syarat objektif karena berkaitan dengan objek perjanjian. Apabila ditemukan cacat pada syarat subjektif maka perjanjian dapat dibatalkan dan jika cacat ada pada syarat objektif maka perjanjian batal demi hukum.

2. Perjanjian Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Pasal 1457 KUHPerdara berpendapat suatu perjanjian yang saling mengikatkan diri satu sama lain untuk memberikan hak milik

⁵⁷ R. Subekti, *Op. Cit*, hlm. 6

barang atau jasa dan pihak lain wajib membayar sebagai nilai tukar atas barang atau jasa tersebut. R. Subekti memberikan pendapat mengenai pengertian jual beli, yaitu:⁵⁸ “Jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik di mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lain (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut”.

Menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian jual beli adalah perjanjian di mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak milik atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga. Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan hukum antara pihak debitur dan pihak kreditur yang wajib melaksanakan kewajiban dan melaksanakan hak nya masing-masing. Kesimpulan dari pengertian jual beli terdapat unsur-unsur sebagai berikut:⁵⁹

- a. debitur dan kreditur;
 - b. objek jual beli;
 - c. nilai tukar;
 - d. Biaya yang diberikan berbentuk uang.
- b. Unsur-unsur Jual Beli

Terdapat 2 (dua) unsur penting dalam jual beli, yaitu:

- 1) Barang yang diperjualbelikan

⁵⁸ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, ctk. Ke-7, Alumni, Bandung, 1985, hlm. 1

⁵⁹ Ridwan Khairandy, *Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016, hlm. 7

Barang yang diperjualbelikan berwujud benda/zaak. Semua hal yang dijadikan objek harta benda atau kekayaan Pasal 1332 KUHPerdat menyebutkan bahwa benda-benda halal yang dapat diperjual belikan. Tiga jenis barang Pasal 503-Pasal 505 KUHPerdata yaitu:

- a) Barang yang memiliki tubuh dan barang yang tidak memiliki tubuh;
- b) Barang yang dapat bergerak dan barang yang tidak dapat bergerak;
- c) Barang yang dapat bergerak namun dapat digunakan sampai habis dan tidak dapat digunakan sampai habis dan.

c. Jual Beli Perspektif Islam

Menurut imam Nawawi dalam kitab Majmu', jual beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan maksud untuk memiliki. Menurut Ibnu Qudamah menyatakan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan maksud untuk memiliki dan dimiliki.⁶⁰ Sedangkan menurut Menurut kitab Fiqih Mazhab Syafi'i, yang dimaksud dengan jual beli adalah menukarkan barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atas dasar kerelaan kedua belah pihak.⁶¹

⁶⁰ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008, hlm. 69.

⁶¹ Ibnu Mas'ud, dan Zainal Abidin, *Fiqih Mazhab Syafi'I*, Pustaka Setia, Bandung, 2001, hlm. 22.

Dapat dipahami bahwa inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan Syara⁶² dan disepakati. Maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syara⁶².

2) Harga

Harga yaitu jumlah biaya berupa uang yang dibayarkan kepada penjual atas barang atau jasa yang setara dengan nilai tukar atas barang atau jasa tersebut dan jumlah yang dibayarkan sesuai dengan kesepakatan.⁶³ Hal ini merupakan kewajiban dari pembeli dan hak dari penjual.

3. Transaksi Jual Beli *Online*

a. Pengertian Jual Beli *Online*

Pengertian transaksi menurut KBBI yaitu persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua belah pihak. Sedangkan pengertian online dalam jual beli adalah menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang akan diperjualbelikan.⁶⁴ Sehingga transaksi *online* adalah kegiatan jual beli barang dan/atau jasa di bidang perdagangan yang dilakukan antara dua

⁶² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm.69.

⁶³ Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, PT. Alumni, Bandung, 1986, hlm. 182.

⁶⁴ Joko Salim, *Step by Step Online*, PT Meida Komputindo, Jakarta, 2009, hlm. 2

belah pihak menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang akan diperjualbelikan. Transaksi *online* 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.

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah “satu atau sekumpulan data elektronik, tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, Electronic Data Interchange (EDI), surat elektronik (electronic mail), telegram atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya”. Pasal 1 angka 2 UUIITE menyatakan bahwa transaksi elektronik atau *e-commerce* adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

- b. Proses Jual beli online secara sederhana terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:
 1. Penawaran

Penawaran adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menawarkan sesuatu barang dan/atau jasa kepada konsumen. Pada umumnya pelaku usaha melakukan penawaran dengan cara membuat promosi atau iklan semenarik mungkin bertujuan agar toko *online* atau barang dan/atau jasa yang akan dijual dapat dikenal oleh konsumen. Melakukan promosi dengan segala upaya supaya konsumen tertarik namun permasalahannya yaitu pada promosi yang berlebihan memungkinkan berdampak kerugian yang terjadi pada konsumen. Contohnya pelaku usaha membuat iklan yang menyesatkan dengan spesifikasi barang dan/atau jasa secara berlebihan memberikan informasi yang tidak benar, tidak jujur, dan tidak jelas yang tidak dapat dipertanggung jawabkan.

2. Penerimaan

Penerimaan adalah lanjutan dari tahap penawaran, jika pelaku usaha menawarkan barang dan/atau jasa kepada konsumen sehingga konsumen menerima tawaran tersebut maka terjadilah kesepakatan yang akan melahirkan perjanjian. Jika konsumen menerima tawaran tersebut maka langkah selanjutnya yaitu pembayaran.

3. Pembayaran

Transaksi online memiliki bermacam-macam metode pembayaran yang terdiri dari transfer antar-bank, pembayaran langsung ketika

barang sampai ke tangan konsumen, atau barang yang dibayarkan dengan perantara pihak ketiga.

4. Pengiriman

Pengiriman merupakan tahap terakhir dari transaksi online. jika tahap pembayaran sudah dilakukan oleh konsumen maka pelaku usaha wajib mengirimkan produk dan/atau jasa tersebut kepada konsumen melalui jasa pengantaran paket. Biaya pengiriman pada umumnya di tanggung oleh pihak konsumen dan besar biayanya tergantung dengan jarak antar dan berat produk.

Menurut Onno W Purbo tahapan mekanisme transaksi e-commerce terdiri dari:⁶⁵

1. *Find it*: tahap ini pembeli dapat memilih barang apapun yang pembeli inginkan dengan. Cara *find it* ini yaitu dengan klik *search* atau *browse* dan hanya menetik jenis barang yang diinginkan maka barang yang diinginkan muncul semua serta terdapat harga dan spesifikasi barang tersebut.
2. *Explore it*: tahap ini kelanjutan dari tahap pertama, ketika muncul barang yang dicari otomatis muncul pula harga dan spesifikasi atau barang tersebut. Maka pembeli dapat mempertimbangkan apakah ingin membeli atau tidak.
3. *Select it*: ketika dipilih pembeli dapat menaruh terlebih dahulu kekeranjang belanja seperti layaknya toko nyata. hal ini

⁶⁵ Onno w.purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, PT Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 143.

bertujuan barang yang akan dibeli tidak akan hilang dari pencarian.

4. *Buy it*: tahap ini merupakan tahap terakhir ketika pembeli yakin akan membeli barang tersebut maka pembeli klik menu beli serta melakukan pembayaran atas barang tersebut. Pelaku usaha dalam tahap ini wajib mengirim barang ketika barang sudah dibayarkan oleh pembeli.
5. *Ship it*: setiap status pembelian penjual atau pelaku usaha wajib memberikan kabar atau informasi atas status barang tersebut. Jika barang tersebut telah dikirim maka penjual wajib memberitahu pembeli.

BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI *ONLINE*

A. Gambaran Umum Jual Beli *Online*

Pengertian transaksi menurut KBBI yaitu persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua belah pihak. Sedangkan pengertian online dalam jual beli adalah menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang akan diperjualbelikan.⁶⁶ Sehingga transaksi *online* 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 diperjualbelikan. Transaksi *online* 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 *online*, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung namun melalui

⁶⁶ Joko Salim, *Step by Step Online*, PT Meida Komputindo, Jakarta, 2009, hlm. 2

teknologi informasi yang di sambungkan dengan internet. Transaksi *online* sekarang dijadikan metode jual-beli yang sering dilakukan oleh masyarakat jaman sekarang di Indonesia.⁶⁷

Faktor yang meningkatkan pelaku usaha melakukan transaksi *online* yaitu biaya pemasaran dan biaya distribusi yang digunakan lebih sedikit dari pada biaya jual-beli tatap muka karena membutuhkan modal yang lebih sedikit dalam menjalankan bisnis transaksi *online*. Sedangkan faktor mendorong konsumen bertransaksi *online* yaitu lebih mudah, menghemat waktu, hemat biaya. Seperti mudah dalam memilih beragam barang yang diinginkan serta konsumen tidak mengeluarkan biaya transportasi menuju toko yang akan dipilih serta menghemat waktu. Melalui transaksi *online* konsumen dapat memilih barang kebutuhan dengan mudah, membandingkan harga yang lebih murah dan membandingkan kualitas. Hal ini lebih mudah hanya dengan mencari pada internet barang yang dicari akan muncul dengan harga, spesifikasi dan kualitas. Sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan barang tersebut.⁶⁸

Pemanfaatan teknologi internet tidak hanya terdapat kelebihan namun juga terdapat kekurangan. Kekurangan dalam transaksi *online* yaitu dapat mengakibatkan dampak negative pada konsumen karena konsumen yang tidak bertemu langsung dengan pelaku usaha serta tidak saling mengenal dan hanya

⁶⁷ Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online", terdapat dalam <https://www.neliti.com/id/publications/23092/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online> diakses terakhir tanggal 1 Mei 2020 pukul 14.20

⁶⁸ *Ibid.*

dilakukan atas dasar kepercayaan memungkinkan konsumen dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak jujur.⁶⁹

Tahapan mekanisme transaksi e-commerce dapat diurutkan sebagai berikut
.⁷⁰

1. *Find it*: tahap ini pembeli dapat memilih barang apapun yang pembeli inginkan dengan. Cara *find it* ini yaitu dengan klik *search* atau *browse* dan hanya menetik jenis barang yang diinginkan maka barang yang diinginkan muncul semua serta terdapat harga dan spesifikasi barang tersebut.
2. *Explore it*: tahap ini kelanjutan dari tahap pertama, ketika muncul barang yang dicari otomatis muncul pula harga dan spesifikasi atau barang tersebut. Maka pembeli dapat mempertimbangkan apakah ingin membeli atau tidak.
3. *Select it*: ketika dipilih pembeli dapat menaruh terlebih dahulu keranjang belanja seperti layaknya toko nyata. hal ini bertujuan barang yang akan dibeli tidak akan hilang dari pencarian.
4. *Buy it*: tahap ini merupakan tahap terakhir ketika pembeli yakin akan membeli barang tersebut maka pembeli klik menu beli serta melakukan pembayaran atas barang tersebut. Pelaku usaha dalam tahap ini wajib mengirim barang ketika barang sudah dibayarkan oleh pembeli.
5. *Ship it*: setiap status pembelian penjual atau pelaku usaha wajib memberikan kabar atau informasi atas status barang tersebut. Jika

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Onno w.purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Loc. Cit*

barang tersebut telah dikirim maka penjual wajib memberitahu pembeli.

Proses transaksi *online* secara sederhana terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penawaran

Penawaran adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menawarkan sesuatu barang dan/atau jasa kepada konsumen. Pada umumnya pelaku usaha melakukan penawaran dengan cara membuat promosi atau iklan semenarik mungkin bertujuan agar toko *online* atau barang dan/atau jasa yang akan dijual dapat dikenal oleh konsumen. Melakukan promosi dengan segala upaya supaya konsumen tertarik namun permasalahannya yaitu pada promosi yang berlebihan memungkinkan berdampak kerugian yang terjadi pada konsumen. Contohnya pelaku usaha membuat iklan yang menyesatkan dengan spesifikasi barang dan/atau jasa secara berlebihan memberikan informasi yang tidak benar, tidak jujur, dan tidak jelas yang tidak dapat dipertanggung jawabkan.

2. Penerimaan

Penerimaan adalah lanjutan dari tahap penawaran, jika pelaku usaha menawarkan barang dan/atau jasa kepada konsumen sehingga konsumen menerima tawaran tersebut maka terjadilah kesepakatan yang akan melahirkan perjanjian. Jika konsumen

menerima tawaran tersebut maka langkah selanjutnya yaitu pembayaran.

3. Pembayaran

Transaksi online memiliki bermacam-macam metode pembayaran yang terdiri dari transfer antar-bank, pembayaran langsung ketika barang sampai ke tangan konsumen, atau barang yang dibayarkan dengan perantara pihak ketiga.

4. Pengiriman

Pengiriman merupakan tahap terakhir dari transaksi online. jika tahap pembayaran sudah dilakukan oleh konsumen maka pelaku usaha wajib mengirimkan produk dan/atau jasa tersebut kepada konsumen melalui jasa pengantaran paket. Biaya pengiriman pada umumnya di tanggung oleh pihak konsumen dan besar biayanya tergantung dengan jarak antar dan berat produk.

B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi *Online*

Meningkatnya kelemahan konsumen akibat teknologi yang semakin maju dalam hal pemasaran mengakibatkan konsumen bingung dalam menentukan pilihan. Sehingga memperlemah konsumen dan akhirnya pelaku usaha memanfaatkan kondisi dengan tidak wajar.⁷¹ Sehingga lahir Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai peraturan yang bertujuan untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang

⁷¹ NHT Siahaan, *Op.Cit*, hlm. 14.

dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Terkait posisi antara konsumen dan pelaku usaha tidak seimbang sehingga masyarakat berharap betul dengan adanya UUPK yang bertujuan melindungi kepentingan konsumen dapat berjalan dengan baik.

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang adanya hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha berkewajiban dalam hal memberikan informasi yang terbuka tanpa ada yang ditutup-tutupi dan memberikan informasi yang sebenar-benarnya terkait kondisi barang atau jasa yang akan dijual atau diperdagangkan. Pelaku usaha wajib memberi informasi tentang cara penggunaan, cara perbaikan serta cara merawat barang atau jasa tersebut. Sedangkan pasal 4 Undang-Undang perlindungan Konsumen bahwa konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang terbuka dan informasi yang sebenar-benarnya terkait kondisi barang atau jasa yang dari pihak pelaku usaha. Pasal 4 huruf c UUPK dan Pasal 7 huruf b UUPK merupakan dasar perlindungan konsumen atas pemenuhan hak atas informasi yang terbuka. Tidak hanya UUPK saja yang mengatur tentang hak atas informasi namun peraturan lain pun juga mengatur tentang hak atas informasi yaitu pada Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa setiap pelaku usaha yang mempromosikan atau menawarkan atau jasa melalui teknologi informasi berbasis internet wajib memberikan informasi terkait spesifikasi barang atau

jasa secara. Mengenai hak atas informasi konsumen pula di atur dalam Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik bahwa

1. Pelaku Usaha yang memberikan barang wajib memberikan informasi yang sebenar-benarnya sesuai kontrak maupun barang atau jasa;
2. Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi terkait promosi atas kontrak atau iklan;
3. Apabila barang yang tidak sesuai maka konsumen diberikan batas waktu pengembalian;
4. Barang yang telah dikirim wajib harus dilaporkan kepada konsumen

Pasal 51 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik bahwa pelaku usaha wajib memberikan jaminan informasi data yang sebenar-benarnya serta informasi terbuka dan wajib menyediakan layanan penyelesaian sengketa.

Terkait hak atas informasi terdiri dari informasi yang benar, jelas, dan jujur maksudnya yaitu:

1. Informasi benar: menurut KBBI kata benar yaitu sesuai sebagaimana adanya (seharusnya). Sehingga maksud informasi benar adalah keterangan spesifikasi suatu barang dan/atau jasa yang tertera pada label atau iklan harus sesuai sebagaimana keadaan yang sesungguhnya. Sehingga informasi yang disampaikan tidak boleh berlebihan dan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

2. Informasi jelas: maksudnya informasi yang disampaikan harus mudah dipahami dan dimengerti serta keseluruhan informasi haruslah lengkap sesuai dengan kenyataan tanpa ada yang ditutup-tutupi.
3. Informasi jujur: maksudnya informasi yang disampaikan tidak boleh terdapat suatu kebohongan ataupun kecurangan karena akan mengakibatkan kerugian pada pihak lain.

Informasi yang jelas dan benar dalam transaksi *online* sangat penting karena berkaitan tentang kewajiban seorang pelaku usaha terhadap hak atas informasi konsumen. Hal ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa. Serta menghindari perbuatan melawan hukum yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang dapat mengakibatkan kerugian yang dialami oleh konsumen. Tidak terpenuh hak atas informasi mengakibatkan kerugian pada konsumen yang terdiri dari kerugian materil dan kerugian immateril. Kerugian materil adalah kerugian yang nyata-nyata ada yang diderita oleh Konsumen. Sedangkan kerugian immaterial adalah kerugian atas manfaat yang kemungkinan akan diterima oleh konsumen di kemudian hari atau kerugian dari kehilangan keuntungan yang mungkin diterima oleh konsumen di kemudian hari.⁷²

Transaksi *online* dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen melalui situs internet berupa website, media sosial seperti facebook, instagram, dan

⁷² <https://www.hukumonline.com/clinic/detail/ulasan/lt4da27259c45b9/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum-indonesia-/#:~:text=Kerugian%20Materil%3A,oleh%20Pemohon%20di%20kemudian%20hari.> Diakses terakhir tanggal 5 Juli 2020

melalui e-commerce seperti shopee, bukalapak, tokopedia, zalora dan lain-lain. Ketika pembeli ingin mencari barang yang dibutuhkan sangatlah mudah karena melalui transaksi online semua barang yang diinginkan tersedia, dengan keterangan harga, spesifikasi barang serta kualitas. Sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan barang yang cocok dengan pembeli. Tentu juga sangat menghemat waktu karena tidak perlu mendatangi toko atau mencari-cari ke satu toko dan toko yang lainnya. Namun transaksi *online* mempunyai kelemahan yang mengakibatkan dampak negatif pada konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi *online* dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi *online* dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi online. Sehingga tinggi kemungkinan terjadi penipuan online yang mengakibatkan konsumen mengalami kerugian. Praktik yang masih banyak terjadi pelaku usaha mengabaikan kewajibannya, larangan serta hak konsumen yang telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kasus dikutip dari Kompas News pada kompas.com tentang konsumen yang merasa tertipu dan mengalami kerugian. Komunitas berasal dari Palembang, Sumatera Selatan berniat untuk membeli masker yang nantinya akan dialokasikan ke tenaga medis di Padang dan Jawa Barat. Komunitas tersebut diwakili oleh Juan yang bertugas untuk mencari dan memesan masker. Melalui *online* di situs *instagram* Juan melihat dan menghubungi akun bernama Intan Karlina merupakan online shop yang menjual masker.

Sehingga pemilik akun yang menjual masker tersebut menawarkan bahwa ia menjual masker. Sehingga Juan mewakili komunitas memesan masker sebanyak 200.601 kotak masker dengan jumlah uang sebesar Rp.36.000.000,- dan dijanjikan oleh penjual bahwa tiga hari kemudian barang akan sampai. Selang beberapa waktu barang pesanan masker pun tiba. Dari bentuk kotak yang dikirim Juan pun sudah menaruh curiga karena kotak tersebut begitu berat. Ternyata kardus masker tersebut berisikan batu-bata. Sehingga Juan segera menelpon penjual masker tersebut akan tetapi nomor penjual tersebut tidak aktif.⁷³

Berdasarkan uraian kasus di atas, bahwa permasalahan terkait pemenuhan hak informasi yang terlihat adalah pelaku usaha telah memberikan informasi yang tidak jujur karena dalam kegiatan transaksi *online* tersebut mengandung kebohongan atau kecurangan semata-mata untuk menguntungkan pihak pelaku dan berakibatkan konsumen mengalami kerugian materiil. Pelaku usaha berbohong atau melakukan tipu muslihat seolah-olah benar menjual masker, namun ternyata hanya kebohongan saja. Ketika pengiriman bukannya mengirim masker namun hanya kardus berisikan batu-bata seolah-olah pelaku usaha telah melakukan kewajibannya dalam pengiriman barang. Jelas akibat dari perbuatan pelaku usaha tersebut konsumen mengalami kerugian materiil berupa uang sebesar Rp.36.000.000,-.

Wawancara penulis dengan salah satu konsumen, Titi (nama samaran) merupakan konsumen yang hak atas informasinya dilanggar oleh salah satu

⁷³ <https://palembang.kompas.com/read/2020/04/07/18010081/cerita-juan-ditipu-saat-beli-masker-transfer-rp-36-4-juta-dan-dikirim-batu?page=all> diakses terakhir tanggal 28 Juni 2020.

pelaku usaha. Titi berencana untuk membeli sebuah tas di aplikasi Shopee. Tas yang ditawarkan pelaku usaha melalui aplikasi Shopee tersebut menggunakan iklan yang sangat menarik, di deskripsi bahwa foto yang tertera merupakan foto asli dari produk tersebut. Tercantum pula keterangan harga yang sangat murah dari harga umumnya. Ketika barang tersebut sampai pada Titi ternyata tas tersebut sangatlah berbeda dengan foto yang ada di iklan, dan Tas yang di klaim oleh pelaku usaha merupakan tas asli atau original namun setelah di periksa ternyata tas tersebut palsu.⁷⁴

Berdasarkan kasus di atas bahwa pelaku usaha telah membuat iklan menyesatkan konsumen agar konsumen tertarik pada produk tersebut padahal informasi yang disampaikan pada iklan tersebut tidaklah benar. Padahal Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen mengatur bahwa “pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”.

Dari kedua kasus di atas jelas bahwa pelaku usaha dalam melakukan transaksi *online* mengabaikan kewajiban dan larangan pelaku usaha serta mengabaikan hak konsumen sebagai berikut:

1. Kewajiban pada Pasal 7 Undang-Undang perlindungan Konsumen pelaku usaha yang dilanggar:
 - a. Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib dilakukan dengan itikad baik;

⁷⁴ Wawancara, Titi, Konsumen, di Bengkulu, tanggal 28 Juni 2020

- b. Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib memberikan informasi yang sebenarnya tanpa ada yang ditutupi dan harus jujur;;
 - c. Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib adil dalam memperlakukan konsumen tanpa adanya diskriminasi;
 - d. Pelaku usaha wajib memberikan jaminan atas mutu barang atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan standar mutu barang jasa yang berlaku;
 - e. Pelaku usaha ketika bertransaksi wajib memberikan konsumen kesempatan untuk mencoba, menguji barang atau jasa serta memberikan jaminan dan garansi;
 - f. Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen.
2. Larangan pelaku usaha Pasal 8 Undang-Undang perlindungan Konsumen yang dilanggar. Informasi yang terdapat pada label, etiket, atau iklan tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran nyatanya.
3. hak konsumen pada Pasal 8 Undang-Undang perlindungan Konsumen yang dilanggar:
- a. Konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas penggunaan barang atau jasa;
 - b. Konsumen berhak memilih barang atau jasa yang dibutuhkan;
 - c. Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur;
 - d. Keluhan serta pendapat konsumen wajib didengar;

- e. Konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum, bantuan hukum dan penyelesaian sengketa konsumen;
- f. Konsumen berhak atas pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Konsumen berhak diperlakukan secara adil tanpa diskriminasi;
- h. Konsumen berhak atas kompensasi atas barang atau jasa jika merugikan konsumen;
- i. Konsumen berhak atas apa yang telah ditentukan oleh peraturan perundang-undang yang lainnya

Pemenuhan hak atas informasi yang benar, jujur, serta jelas dijelaskan pada Pasal 7 huruf b Undang-Undang perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang terbuka dan sebenar-benarnya atas kondisi barang atau jasa yang diperdagangkan sangatlah penting bagi konsumen. Hal ini sangat berpengaruh bagi konsumen agar terhindar dari adanya dampak kerugian bagi konsumen serta dapat disebut dengan cacat informasi. Pemberian informasi yang benar bertujuan agar konsumen tidak salah dalam melihat gambaran atas produk atau jasa dengan cara informasi berupa representasi.⁷⁵

Representasi sangat penting bertujuan agar terhindar dari adanya kerugian yang dialami oleh konsumen akibat salah dalam melihat gambaran/misrepresentasi atas produk atau jasa. Pada umumnya konsumen lebih mudah tergiur oleh iklan yang menarik, iklan yang mellebih-lebihkan

⁷⁵ Ahmad Miru, *Op.Cit*, hlm. 41

atas produk atau jasa yang diperdagangkan yang kemungkinan akan mengakibatkan konsumen mengalami kerugian.⁷⁶

Apabila hak atas informasi konsumen telah dilanggar oleh pelaku usaha maka konsumen berhak atas hak atas ganti kerugian. Karena pelaku usaha mempunyai kewajiban yang wajib dilaksanakan oleh pelaku usaha yaitu memberikan kompensasi atau ganti kerugian terhadap kerugian ketika produk atau jasa yang diperjualkan tidak sesuai dengan janji yang mengakibatkan konsumen mengalami kerugian.⁷⁷

Pasal 24 Undang-Undang perlindungan Konsumen menyatakan tanggung jawab pelaku usaha wajib dijalankan apabila konsumen mengalami kerugian akibat pelaku usaha tersebut. Sehingga pelaku usaha wajib memberikan jaminan sesuai standar perundang-undangan. Jika pelaku usaha tidak memberikan jaminan atas barang atau jasa sesuai standar yang diberlakukan oleh perundang-undangan maka pelaku usaha dinyatakan lalai. Dengan demikian konsumen berhak meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha atas kerugian yang timbul.⁷⁸ Dari kasus tidak terpenuhinya hak atas konsumen, pelaku usaha telah mengabaikan kewajiban dan larangan serta mengabaikan hak konsumen maka pelaku usaha wajib melakukan tanggung jawab berupa membayar ganti kerugian serta kompensasi kepada konsumen yang telah mengalami kerugian.

⁷⁶ *Ibid*, hlm. 55

⁷⁷ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 18

⁷⁸ Ridwan Khairandy, *Op. Cit*, hlm. 287.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 60 ayat (2) menyebutkan bahwa sanksi administratif adalah berupa penetapan ganti rugi yang paling banyak ditentukan sebesar Rp 200.000.000. Sanksi administratif tersebut kewenangannya berada di tangan Badan Penyelesaiari Sengketa Konsumen yang berada pada wilayah Daerah Tingkat II. Sementara itu, sanksi lain yang dapat diberikan bagi pelaku usaha yang melanggar hak konsumen adalah sanksi pidana. Sanksi tambahan dilaksanakan bertujuan agar mencegah terulang kembali pelanggaran pelaku usaha.

Kasus yang diuraikan di atas jika dianalisis berdasarkan perjanjian yang diatur oleh KUHPerdara maka dilihat dari syarat sahnya perjanjian. Pada Pasal 1320 diatur syarat sahnya perjanjian yaitu:

- a. Kesepakatan para pihak;
- b. Kecakapan para pihak;
- c. Objek yang diperjanjikan;
- d. Suatu sebab yang halal.

Unsur pada point a dan b merupakan syarat subyektif sedangkan point c dan d merupakan syarat objektif. Jika unsur subyektif tidak terpenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan sedangkan jika unsur objektif tidak terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum

Kasus di atas bahwa pelaku usaha telah mengabaikan unsur kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya. Perjanjian menjadi sah apabila para pihak sepakat terhadap segala hal yang terdapat di dalam perjanjian serta adanya persetujuan para pihak menghendaki apa yang telah disepakati. Bagaimana

jika kesepakatan yang di buat oleh pelaku usaha ternyata mengandung informasi yang tidak benar, tidak jelas dan tidak jujur dan konsumen baru menyadari mengalami kerugian setelah perjanjian telah dilaksanakan? Sehingga penulis berpendapat bahwa pada kasus di atas unsur syarat sah kesepakatan tidak terpenuhi. Persetujuan dalam kesepakatan haruslah berdasarkan kesadaran sepenuhnya. Ketika salah satu pihak tidak menyadari bahwa ia telah di tipu maka unsur tersebut tidak dapat terpenuhi.

Pasal 1321 KUHPerdara menyebutkan bahwa tiada sepakat yang sah jika sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan. Jika dilihat bahwa kasus di atas merupakan kasus penipuan. Kesepakatan yang mengandung penipuan dinyatakan tidak sah sehingga tidak dapat menjadi perjanjian yang sah. Kesepakatan merupakan syarat subyektif suatu perjanjian. Sehingga ketika syarat subyektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut dinyatakan dapat dibatalkan. Pasal 1328 KUHPerdara yaitu Penipuan merupakan suatu alasan untuk membatalkan suatu persetujuan, bila penipuan yang dipakai oleh salah satu pihak adalah sedemikian rupa, sehingga nyata bahwa pihak yang lain tidak akan mengadakan perjanjian itu tanpa adanya tipu muslihat.

Kasus di atas bahwa perjanjian tersebut tidak terpenuhi oleh syarat sah subyektif sehingga pembatalan perjanjian dapat dilakukan. Dapat dibatalkan artinya salah satu pihak dapat memintakan pembatalan itu. Perjanjiannya sendiri tetap mengikat kedua belah pihak, selama tidak dibatalkan (oleh hakim) atas permintaan pihak yang berhak meminta

pembatalan tadi (pihak yang tidak cakap atau pihak yang memberikan sepakatnya secara tidak bebas). Sehingga selama tidak ada pihak yang memintakan pembatalan perjanjian maka perjanjian tetap akan mengikat pihak-pihak terkait karena hakim tidak dapat memutus pembatalan perjanjian jika tidak dimintakan pembatalannya.

C. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dan Penyelesaian Hukumnya Atas Pelanggaran Hak Informasi Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Yang Merugikan Konsumen

Konsumen yang merasa hak-haknya dilanggar oleh pelaku usaha dapat mengadukan kepada lembaga-lembaga yang berwenang salah satunya Yayasan Lembaga Konsumen YLKI sebagai lembaga perlindungan konsumen yang diakui oleh pemerintah. YLKI merupakan sebuah organisasi masyarakat diarahkan pada usaha meningkatkan kepedulian kritis konsumen atas hak dan kewajibannya, dalam upaya melindungi dirinya sendiri, keluarga, serta lingkungannya. Tugas utama dari YLKI yaitu memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan. Pemberian nasihat kepada konsumen ini maksudnya adalah pemberian nasihat dari YLKI kepada konsumen yang memerlukan secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya. YLKI juga membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan. YLKI memberikan

bantuan gratis bagi konsumen yang merasa tidak puas atas produk dan layanan yang diperoleh, serta memastikan perlindungan atas hak-hak mereka.⁷⁹

Prosedur konsumen menyampaikan keluhan kepada YLKI. Pertama, cara yang dapat dilakukan untuk mengadu adalah melalui telepon, surat, atau datang langsung. Pengaduan melalui telepon dikategorikan menjadi dua yaitu hanya minta informasi atau saran dan pengaduan yang perlu tindak lanjut. Seandainya hanya minta saran maka telpon itu cukup dijawab secara lisan pula dan diberikan saran pada saat itu juga dan selesai. Sedangkan telepon konsumen yang meminta pengaduannya ditindaklanjuti, maka konsumen diharuskan mengirim surat pengaduan secara tertulis ke YLKI. Isi surat tersebut kurang lebih menjelaskan kronologis kejadian yang dialami sehingga merugikannya. Beserta surat wajib dicantumkan identitas dan alamat lengkap serta barang bukti atau fotocopy dokumen pelengkap lainnya misalnya kwitansi pembelian, kartu garansi, atau surat perjanjian. Sebelum mengadu ke YLKI, konsumen dianjurkan untuk melakukan komplain secara tertulis ke pelaku usaha terlebih dahulu. Cantumkan juga tuntutan dari pengaduan konsumen tersebut.⁸⁰

Kedua, setelah surat masuk ke YLKI, resepsionis meregister semua surat-surat yang masuk secara keseluruhan. Selanjutnya surat diberikan kepada

⁷⁹ Agung Nugroho, “Peranan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Dalam Membantu Masyarakat Yang Dirugikan Akibat Iklan Yang Menyesatkan” terdapat pada <https://media.neliti.com/media/publications/18086-ID-peranan-yayasan-lembaga-konsumen-indonesia-dalam-membantu-masyarakat-yang-dirugi.pdf> Diakses Terakhir Pada Tanggal 15 September 2020

⁸⁰ Andreas Fatubun “Tata cara aduan ke YLKI” terdapat pada <https://ayobandung.com/read/2016/12/22/14336/tata-cara-aduan-konsumen-pada-ylki> diakses terakhir pada tanggal 16 September 2020 pukul 10.27 WIB

pengurus harian. Setidaknya ada tiga hal yang akan dilakukan yaitu ditindaklanjuti/tidak ditindaklanjuti, bukan sengketa konsumen, dan bukan skala prioritas. Surat ini kemudian di disposisikan ke Bidang Pengaduan Konsumen dan dilakukan register II Khusus sebagai data pengaduan. Ketiga, setelah surat sampai ke personel yang menangani maka dilakukan seleksi administrasi disini berupa kelengkapan secara administrasi.⁸¹

Terkait dengan pelanggaran peraturan yang mengatur kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, dan pelanggaran terhadap larangan pelaku usaha pada Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta mengabaikan hak konsumen atas hak informasi yang benar, jelas dan jujur maka pihak pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban atas kerugian konsumen. Pihak pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi atau penggantian akibat kerugian yang dialami oleh konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen di atur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu dalam Pasal 19 mengatur bahwa tanggung jawab pelaku usaha sebagai berikut:

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas dampak negative yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan barang atau jasa tersebut;

⁸¹ *Ibid.*

- 2) Tanggung jawab yang disebutkan di atas yaitu mengembalikan uang atau menggantikan barang atau jasa yang serupa atau yang mempunyai nilai tukar yang sama, ataupun perawatan kesehatan jika kerugian pada kesehatan sesuai dengan aturan perundang-undangan;
- 3) Memberikan ganti kerugian tersebut harus dilaksanakan dalam waktu seminggu atau 7 hari setelah lahirnya perjanjian atau transaksi;
- 4) Walaupun telah memberikan ganti kerugian tidak dapat menghapus tuntutan pidana yang menjeratnya;

Ganti kerugian tidak dapat dilaksanakan jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa pelaku usaha tidak bersalah. Tanggung jawab tersebut terdiri dari kerugian atas kerusakan, kerugian atas pencemaran, dan kerugian atas kerugian konsumen. Cacat atas barang bukan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha namun semua hal yang menyebabkan kerugian pada konsumen.⁸² Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan dari konsumen.

Pasal 27 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila:

⁸² *Ibid*, hlm.126

1. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
2. Cacat barang timbul pada kemudian hari;
3. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
4. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
5. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Penyelesaian Sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Dengan demikian berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan penjelasannya, maka dapat disimpulkan penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut:⁸³

1. Penyelesaian secara damai yaitu pihak yang bersengketa antara konsumen dan pelaku usaha tidak menggunakan pihak lain atau pihak pengadilan dalam menyelesaikan sengketa. Namun dilakukan secara keikhlasan para pihak. Cara damai diatur pada Pasal 1851 sampai Pasal 1864 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang mengatur tentang pengertian, syarat-syarat dan kekuatan hukum dan mengikat perdamaian (dading);

⁸³ Pasal 1 angka 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 350/MPP/kep/12/2001 tentang pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen.

2. Penyelesaian dijalar pengadilan yaitu menyelesaikan sengketa dengan cara menggugat pihak lawan ke pengadilan sesuai dengan peraturan yang berlaku;
3. Penyelesaian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sifatnya berupa non-pengadilan.

Pasal 46 UU Perlindungan Konsumen, yang dapat mengajukan gugatan dalam sengketa perlindungan konsumen atas pelanggaran pelaku usaha adalah dapat dilakukan oleh:

- a. Konsumen atau ahli waris konsumen yang mengalami kerugian;
- b. konsumen bersifat kelompok yang memiliki kesamaan kepentingan;
- c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
- d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit

Pasal 48 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa penyelesaian secara litigasi adalah dengan Pengajuan Gugatan ke Pengadilan dilingkup Peradilan Umum, sedangkan Berdasarkan Pasal 47 UU

Perlindungan Konsumen, Penyelesaian sengketa dengan cara non-litigasi adalah menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dilakukan di luar pengadilan bertujuan agar tercapainya kesepakatan terkait jumlah ganti kerugian. Hal ini bertujuan menghindari terulang lagi kejadian yang mengakibatkan kerugian. Cara penyelesaian ini mengajukan gugatan atau pengaduan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengan cara perdamaian oleh dua belah pihak tanpa melalui pengadilan ataupun BPSK

Jika dalam pertanggung jawaban pelaku usaha menolak untuk bertanggung jawab maka Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur Pelaku usaha yang menolak atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3) dan ayat (4) dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen. Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat dilihat secara tegas bahwa dalam hal konsumen dirugikan maka selain melakukan gugatan melalui badan peradilan, juga dapat dilakukan gugatan di luar pengadilan yaitu melalui penyampaian gugatan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai satu bentuk upaya penyelesaian non litigasi.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam hal ini mendasari pembentukan suatu lembaga dalam hukum perlindungan konsumen, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Pasal 1 angka 1 1 Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa BPSK adalah badan yang bertugas

menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Keberadaan BPSK dapat menjadi bagian dari pemerataan keadilan, terutama bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha/produsen. dikarenakan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha biasanya nominalnya kecil sehingga kecil kemungkinannya untuk mengajukan gugatan sengketa di pengadilan karena tidak sebanding antara biaya perkara dengan besarnya kerugian yang akan dituntut. Lebih lanjut dalam Pasal 49 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa BPSK didirikan di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan sehingga mempermudah penyampaian pengaduan atau gugatan dari masyarakat sebagai konsumen yang dirugikan dalam satu transaksi jual beli. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa BPSK merupakan pihak yang benvenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen dalam jalan non litigasi.⁸⁴

Wawancara penulis dengan salah satu konsumen, Titi (nama samaran) yang telah mengalami kerugian akibat tertipunya ketika membeli tas. Tas yang diklaim oleh pelaku usaha bahwa tas yang dijual adalah tas asli namun kenyataannya tas tersebut palsu. Terkait upaya hukum konsumen lebih memilih untuk tidak menuntut pelaku usaha ke pengadilan hal ini disebabkan kerugian konsumen tidak sebanding dengan biaya menggugat ke pengadilan. Sehingga konsumen lebih memilih mengikhlaskan kerugian yang dialaminya.⁸⁵

⁸⁴ Wiji Kurniawan, tesis "*Perlindungan Konsumen hak atas Informasi*", Yogyakarta, 2013

⁸⁵ Wawancara, Titi, Konsumen, di Bengkulu, tanggal 28 Juni 2020

Wawancara penulis dengan konsumen bernama Renaldo, kasus dimana ia membeli barang *furniture* melalui *online* dan ketika barang sampai ternyata barang tersebut tidak sesuai dengan deskripsi yang ada di iklannya. Terkait upaya hukumnya konsumen mengatakan bahwa ketika ia ingin menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha ternyata konsumen tidak dapat menghubungi pelaku usaha itu kembali. Hal ini mengakibatkan konsumen lebih mengikhhlaskan kerugian yang dialaminya.⁸⁶

Penyelesaian melalui lembaga litigasi dianggap kurang efisien baik waktu, biaya, maupun tenaga, sehingga penyelesaian melalui lembaga non litigasi banyak dipilih oleh masyarakat dalam menyelesaikan sengketa dimaksud. Meskipun demikian pengadilan juga tetap akan menjadi muara terakhir bila di tingkat non litigasi tidak menemui kesepakatan.⁸⁷

⁸⁶ Wawancara, Renaldo, Konsumen, di Yogyakarta, tanggal 21 Mei 2020

⁸⁷ Putu Surya Mahardika dan Dewa Gde Rudy, “Tanggung Jawab pemilik Toko Online dalam jual beli online”, terdapat pada <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/40718/24693> diakses terakhir tanggal 3 Juni 2020.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online* masih belum berjalan semestinya karena UUPK belum dapat diimplementasikan sepenuhnya disebabkan pelaku usaha yang masih mengabaikan kewajiban, larangan serta mengabaikan hak konsumen. Khususnya pada pemberian informasi yang jelas, benar dan jujur. Pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar, jujur dan jelas, karena pelaku usaha semata-mata mencari keuntungan diri sendiri. Padahal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah diatur terkait pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur. Akibatnya konsumen mengalami kerugian dan sulit mendapatkan jaminan atas hak-hak konsumen.
2. Penyelesaian atas kerugian yang diderita oleh konsumen pada umumnya diselesaikan di luar jalur pengadilan (non litigasi). Bahkan banyak konsumen yang tidak jadi menuntut ganti kerugian dikarenakan tidak dapat menghubungi kembali pelaku usaha. Penyelesaian melalui pengadilan juga tidak menjadi pilihan karena menurut konsumen membutuhkan biaya yang relative banyak dan waktu yang lama, juga prosesnya cukup rumit tidak sebanding dengan kerugian yang dialami, sehingga konsumen lebih memilih mengikhhlaskan kerugian yang dialaminya. Hanya dalam hal tertentu saja, misal karena konsumen

mengalami kerugian besar, baru memilih menyelesaikan melalui jalur pengadilan.

B. Saran

1. Saran untuk konsumen yaitu dalam bertransaksi *online* haruslah teliti, selektif dan berhati-hati. Ketika bertransaksi online konsumen jangan terlalu mempercayai informasi-informasi yang menarik dan yang berlebihan serta jangan mudah terpancing dengan harga yang murah namun harus di teliti lebih dahulu seperti melihat ulasan-ulasan yang terdapat di *online* shop tersebut.
2. Saran untuk pelaku usaha dalam bertransaksi online janganlah mengabaikan hak konsumen serta melanggar kewajiban dan larangan yang sudah di atur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena setiap pelanggar terdapat akibat hukum serta dapat merugikan konsumen.
3. Saran untuk pemerintah berikanlah perlindungan kepada masyarakat secara aktif. Salah satu bentuk perlindungan yang dapat diberikan kepada konsumen yaitu memberikan nasihat agar meningkatkan kesadaran untuk mengetahui lebih tentang aturan hukum khususnya UUPK, agar pelaku usaha dan konsumen saling mengetahui apa saja hak, kewajiban, dan larangan yang dilarang bagi masing-masing pihak sehingga tidak terjadi pelanggaran yang merugikan pihak lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006.
- Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011
- Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta, Gema Insani Press, 1997.
- Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.
- _____, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2006.
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Ctk. Pertama, UIN-Maliki Press, Malang, 2011
- Celina Tri Siwi Kristianti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk Ketiga, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008.
- Dikdik M.Arief Mansur, Elisatris Gultom, *cyber Law*, PT Refika Aditama, Bandung, 2005
- Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- Elsi dan Advendi, *Hukum Dalam Ekonomi*, PT Grasindo, Jakarta, 2007.
- Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Hasan Aedi, *Teori Etika Bisnis Islam*, PT alfabeta, Bandung, 2011.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005
- Ibnu Mas'ud, dan Zainal Abidin, *Fiqh Mazhab Syafi'I*, Pustaka Setia, Bandung, 2001.
- J. Satrio, *Hukum Perikatan-Perikatan Lahir dari Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992.
- _____, *Hukum Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.

- Joko Salim, *Step by Step Online*, PT Meida Komputindo, Jakarta, 2009.
- Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE, 2004.
- NHT Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, PT Panta Rei, Jakarta, 2005.
- Onno w.purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, PT Media Komputindo, Jakarta, 2001.
- Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013.
- _____, *Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grafindo, Jakarta, 2006
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (suatu Tujuan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2001.
- Subekti, *Aneka Perjanjian*, ctk. Ke-7, Alumni, Bandung, 1985
- _____, *Hukum Perjanjian*, Ctk. Kesembilanbelas, Intermasa, Jakarta, 2002.
- _____, *Pokok-pokok Hukum Perdata*, PT .Citra Aditya Bakti, Bandung, 1998
- Suyadi, *Dasar-Dasar Hukum Perlindungan Konsumen*, UNSOED (Universitas Jenderal Soedirman), Purwokerto, 2007.
- Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, CV. Mandar Maju, Jakarta, 2011.
- Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, PT. Alumni, Bandung, 1986.
- Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta, Gema Insani Press, 1997.

JURNAL

- Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", terdapat dalam <https://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/download/267/237>, Diakses terakhir tanggal 1 Juni 2020
- Putu Surya Mahardika dan Dewa Gde Rudy, "Tanggung Jawab pemilik Toko Online dalam jual beli online", terdapat pada <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/40718/24693> diakses terakhir tanggal 3 Juni 2020.

Rifan Adi Nugraha, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online”,
terdapat dalam
<https://www.neliti.com/id/publications/23092/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online>

Wibowo T Tunardy, “Perbuatan yang dilarang oleh Pelaku Usaha”terdapat dalam
<https://www.jurnalhukum.com/perbuatan-yang-dilarang-bagi-pelaku-usaha/> diakses terakhir pada 1 Juni 2020

KARYA TULIS ILMIAH

Wiji Kurniawan, tesis “Perlindungan Konsumen Hak atas Informasi”, Yogyakarta, 2013.

INTERNET

<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4da27259c45b9/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum-indonesia-/#:~:text=Kerugian%20Materil%3A,oleh%20Pemohon%20di%20kemudian%20hari.>

<https://palembang.kompas.com/read/2020/04/07/18010081/cerita-juan-ditipu-saat-beli-masker-transfer-rp-36-4-juta-dan-dikirim-batu?page=all>

WAWANCARA

Wawancara, Konsumen 1, Konsumen, di Yogyakarta, tanggal 2 Mei 2020

Wawancara, Renaldo, Konsumen, di Yogyakarta, tanggal 21 Mei 2020

Wawancara, Titi, Konsumen, di Bengkulu, tanggal 28 Juni 2020



Direktorat Perpustakaan Universitas Islam Indonesia
Gedung Moh. Hatta
Jl. Kaliurang Km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext.2301
F. (0274) 898444 psw.2091
E. perpustakaan@uii.ac.id
W. library.uui.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 1360246002/Perpus./10/Dir.Perpus/VII/2020

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini, menerangkan Bahwa:

Nama : WIDI WIRANTI
Nomor Mahasiswa : 16410305
Pembimbing : Dr. NURJIHAD , S.H., M.H.
Fakultas / Prodi : FAKULTAS HUKUM/ Ilmu Hukum
Judul Karya Ilmiah : PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM
TRANSAKSI ONLINE

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **12 (Dua Belas) %**.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Juli 2020

Direktur



Joko S. Prianto, SIP., M.Hum