

**EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI
KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM BELANJA
*ONLINE***

SKRIPSI



Oleh :

SHABRINA PARAMITHA

No. Mahasiswa : 16410484

**PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2020**

**EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI
KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM BELANJA
ONLINE
SKRIPSI**



Oleh :

SHABRINA PARAMITHA

No. Mahasiswa : 16410484

**PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2020**

**EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI
KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM BELANJA
*ONLINE***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana (Strata – 1) pada Fakultas Hukum

Universitas Islam Indonesia



PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI
KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM BELANJA
ONLINE**

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk
Diajukan ke Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir/Pendadaran

Pada Tanggal



Yogyakarta, 16 Juni 2020

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Umar Haris Sanjaya, SH., MH

NIK : 134101106



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI
KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM BELANJA
ONLINE**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir/ Pendaran
Pada Tanggal 8 Juli dan Dinyatakan **LULUS**
Yogyakarta, 30 Juli 2020

Tim Penguji

1. Ketua : **Sujitno, S.H., M. Hum**
2. Anggota : **Indah Parmitasari, S.H., M.H**
3. Anggota : **Umar Haris Sanjaya, S.H., M.H**

Tanda Tangan

Mengetahui

Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Fakultas Hukum

Dekan



(Dr. Abdul Jamil, SH., MH)

NIK : 904100102

SURAT PERNYATAAN

Orisinalitas Karya Tulis Ilmiah/ Tugas Akhir Mahasiswa

Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia



Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Shabrina Paramitha**

No. Mahasiswa : 16410484

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi dengan judul: **EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM BELANJA *ONLINE***. Karya Tulis Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendarasan 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 karya saya sendiri dan dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya tulis ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk 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 ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal diatas (terutama butir no.1 dan no.2), saya sanggup menerima sanksi, baik sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan saya tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya, serta menandatangani berita acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan “Majelis” atau “Tim” Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas apabila tanda-tanda plagiasi disinyalir ada/terjadi pada karya tulis ilmiah saya ini, oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

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

Yogyakarta, 16 Juni 2020
Yang membuat pernyataan,



Shabrina Paramitha
NIM.16410484



CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Shabrina Paramitha
2. Tempat Lahir : Sleman
3. Tanggal Lahir : 21 Mei 1998
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : O
6. Alamat Terakhir : Seturan Perum Deppen Jalan Sambung Rasa
1 No. 39-40
7. Alamat asal : Seturan Perum Deppen Jalan Sambung Rasa
1 No. 39-40
8. Identitas orang tua :
 - a. Nama ayah : (Alm) H. Sishartanto, S.E., A.kt.
Pekerjaan : -
 - b. Nama ibu : Hj. Khasanah, S.H.
Pekerjaan : Pensiun PNS
9. Riwayat pendidikan :
 - a. SD : SD Muhammadiyah Sapen
 - b. SMP : SMP Negeri 4 Depok
 - c. SMA : MAN Yogyakarta 1
10. Hobby : Membaca, menonton film.

Yogyakarta, 16 Juni 2020

Yang Bersangkutan,

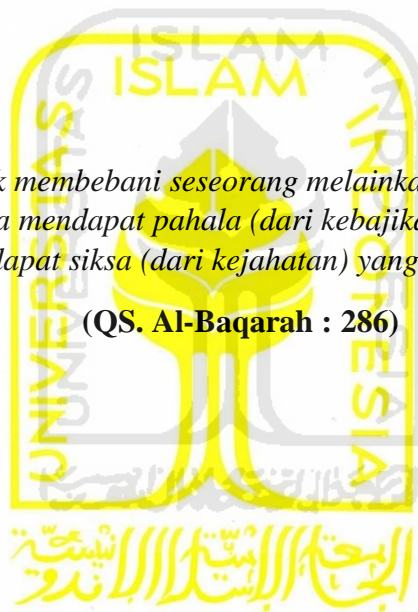
SHABRINA PARAMITHA

MOTTO

بِإِذْنِ اللَّهِ يُفْعَلُ

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku persembahkan pemikiran sederhana khusus

Kepada :

Ibu saya yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan tidak pernah lelah mendoakan untuk keberhasilan penulis serta kepada Alm. Bapak saya atas limpahan kasih sayang semasa hidupnya.

(H. Sishartanto, S.E., Akt. (Alm) & Hj. Khasanah, S.H.)

Ku persembahkan pula pemikiran sederhana ini

Kepada :

Almamater, Universitas Islam Indonesia

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Tiada kata yang pantas untuk penulis ucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT Tuhan Semesta Alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Efektivitas Pasal 4 Huruf H Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bagi Konsumen yang Mengalami Kerugian Dalam Belanja Online”**. Tidak lupa shalawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar Nabi Muhammad SAW yang karena ialah yang mengantarkan kita dari zaman kebodohan hingga ke zaman penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam memperoleh gelar Strata 1 (S1) Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari segala kekurangan dan ketidak sempurnaan dalam penulis skripsi ini, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima untuk kemajuan proses belajar penulis kelak dikemudian hari.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT, karena berkat, rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.

2. Dr. Abdul Jamil, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
3. Kepada Umar Haris Sanjaya, S.H., M.H. selaku pembimbing saya yang dengan sabar dan ketekunan memberikan pengarahan dalam mengerjakan tugas akhir serta memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Dosen-Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, terutama kepada dosen yang pernah mengajar penulis dalam masa perkuliahan, semoga ilmu-ilmu yang diberikan dapat memberikan manfaat bagi penulis sebagai amal jariyah bagi kita semua.
5. Bapak dan ibu selaku staff karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang selalu memberikan pelayanan terbaik dan membantu penulis untuk mendapatkan informasi selama perkuliahan ini.
6. Orang tua tercinta, H. Sishartanto, S.E., A.kt. (Alm) dan Hj. Khasanah, S.H. yang selalu menjadi panutan yang hebat dalam kehidupan penulis, tak pernah berhenti mencurahkan rasa sayang dan cinta, selalu memberikan dukungan pada dalam setiap pilihan penulis, serta tak pernah berhenti memanjatkan doa-doa untuk setiap fase kehidupan penulis.
7. Kedua kakak kandung penulis, Muhammad Nizar Farizi, S.E. dan Mohammad Febrian Pramudita, S.H. yang selalu memberikan semangat, doa, dan bantuan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman seperjuangan penulis di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia diantaranya Dhina, Uti, Ayya, Mamik, Berlian, Lifi, Safa, Ima

serta teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa bangga penulis.

9. Teman-teman D'jahotzx, Shelly, Halim, Hanun, dan Yusti yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Semua pihak yang telah berkontribusi bagi penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut berpartisipasi dalam penulis hukum ini, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wasaalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 16 Juni 2020

SHABRINA PARAMITHA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINAL KARYA TULIS.....	vi
HALAMAN CURRICULUM VITAE.....	viii
MOTTO.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penulisan.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Orisinalitas.....	16
F. Tinjauan Pustaka.....	19
G. Metode Penelitian.....	23
H. Sistematika Penulisan.....	27

BAB II TINJAUAN EFEKTIVITAS HUKUM, PERLINDUNGAN

HUKUM, TRANSAKSI <i>ONLINE</i>	29
A. Pengertian Efektivitas Hukum.....	29
B. Hukum Perlindungan Konsumen.....	35
1. Pengertian Perlindungan Hukum.....	35
2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen.....	37
a. Hak Konsumen.....	43
b. Kewajiban Konsumen.....	49
c. Hak Pelaku Usaha.....	51
d. Kewajiban Pelaku Usaha.....	52
C. Pengertian Jual Beli.....	55
D. Transaksi <i>Online</i>	62

BAB III EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM JUAL BELI *ONLINE*.....

A. Praktek Pelaksanaan Kerugian Konsumen dalam Jual Beli <i>Online</i> di Masyarakat.....	69
1. Kurangnya Pengetahuan Konsumen.....	69
2. Kerugian yang Dialami Konsumen Setelah Melakukan Belanja <i>Online</i> di <i>Marketplace</i> dan di <i>Social Media</i>	72

B. Efektivitas Pasal 4 Huruf H Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bagi Konsumen yang Mengalami Kerugian dalam Jual Beli <i>Online</i>	88
BAB IV PENUTUP	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
DAFTAR TABEL	
1.1 Tabel Hasil Pra Riset Konsumen yang Mengalami Kerugian.....	10
1.2 Tabel Hasil Penelitian Konsumen yang Telah Mengalami Kerugian Ketika Sedang Berbelanja <i>Online</i>	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Persetujuan Dosen Pembimbing.....	115
2. Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	116

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui Efektifitas Pasal 4 Huruf H Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bagi Konsumen yang Mengalami Kerugian dalam Belanja Online. Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Efektivitas Penerapan Pasal 4 Huruf H Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam transaksi online. Penelitian ini termasuk tipologi penelitian yuridis empiris dengan pendekatan sociolegal research. Data yang didapat melalui angket/kuesioner dan menggunakan analisis perundang-perundangan. Hasil penelitian menunjukkan sejauh mana masyarakat dalam menggunakan hak-haknya yang telah tercantum dalam Pasal 4 UUPK sebagai konsumen yang mengalami kerugian ketika berbelanja melalui media online, ternyata Pasal 4 UUPK tersebut kurang dapat berjalan secara efektif. Beberapa keadaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas tersebut: prosedur pengaduan yang panjang dan berbelit-belit, kurangnya pengetahuan konsumen mengenai bagaimana dan dimana tempat pengaduan, biaya pengaduan yang cenderung mahal, tidak adanya peraturan secara teknis yang memberikan perlindungan kepada konsumen ketika mengalami kerugian akibat dari transaksi online. Penelitian ini merekomendasikan hendaknya dibentuk sistem/mekanisme pelaporan/pengaduan konsumen secara online yang lebih mudah, cepat, dan biaya murah, serta BPSK secara terus menerus memberikan edukasi agar dapat menumbuhkan kesadaran konsumen akan hak-haknya, sehingga apabila terjadi kerugian dalam jual beli melalui media online maka hal tersebut dapat ditangani dan diminimalisir dengan baik.

Kata Kunci : Efektivitas Hukum; Perlindungan Konsumen; Transaksi Online.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu pesat dewasa ini membawa perubahan pola hidup manusia dalam bergaul, bersosialisasi, bahkan beraktifitas dalam skala lokal maupun global.¹ Perkembangan tersebut membawa berbagai kemudahan, salah satunya berupa efisiensi jarak dan waktu dari transaksi melalui mekanisme *online*, menjadikan berbagai transaksi melalui media *online* atau internet saat ini sangat berkembang begitu pesat. Berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan secara *online* kepada konsumen di Tanah Air, baik melalui promosi maupun iklan.² Melalui media *online*, tidak lagi terjadi pertemuan antara penjual dengan pembeli di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet, sehingga konsumen dapat memilih langsung barang yang akan dibeli dan barang tersebut akan dikirim ke alamat konsumen.³

Kemudahan inilah yang saat ini mengubah gaya masyarakat untuk memilih pembelian produk melalui sosial media atau *marketplace*, dari pada metode konvensional, baik itu melalui *facebook*, *twitter*, *instagram*, *youtube*, *snapchat*, *shopee*, *tokopedia*, dan lainnya. Pemanfaatan waktu untuk menjalankan aktifitas jual beli online tentu juga mampu mendatangkan penghasilan tambahan yang

¹ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*, (Bogor: Galia Indonesia, 2005), hlm. 180.

² Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), hlm. 1.

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Penjualan Online Berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam*, *Ijtihad, Jurnal Wacana Hukum Islam Kemanusiaan*, Volume 13, No. 1, Juni 2013, hlm. 34.

nilainya tidak sedikit dan kondisi ini terus berkembang pesat, karena menjalankan jual beli online melalui sosial media ini tidak menyita banyak waktu.⁴ Berdasarkan hasil riset *Wearesosial Hootsuite* yang dirilis pada Januari 2019 pengguna sosial media di Indonesia mencapai sudah mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi, sementara pengguna sosial media *mobile/gadget* mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari total populasi.⁵

Jual beli *online* melalui sosial media dan *e-commerce/marketplace* yang dilakukan tanpa adanya pertemuan dari kedua belah pihak dimana pihak pelaku usaha dan konsumen hanya bertransaksi dari jarak jauh, maka kedua belah pihak hanya mengandalkan asas kepercayaan dalam melakukan jual beli *online*, sehingga aspek keamanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan.⁶ Hal ini, berpotensi menimbulkan masalah hukum baru, jual beli *online* semacam ini akan menimbulkan kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh salah satu pihak dan biasanya oleh pihak pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Kecurangan tersebut dapat berupa pelaku usaha, harga, dan kualitas barang/produk yang ditawarkan. Kecurangan yang menyangkut pelaku usaha, misalnya pelaku usaha yang bersangkutan merupakan toko yang fiktif.⁷

Masalah-masalah perlindungan konsumen dalam jual beli di sosial media perlu diperhatikan, karena konsumen berada diposisi yang lemah dan dirugikan

⁴ R. Agus Baktiono dan I Putu Artaya, *Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical*, e-Jurnal Manajemen Kerja, Vol. 2, Nomor 2, Agustus 2016.

⁵<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>, diakses pada tanggal 25 Oktober 2019 pukul 21.30 WIB

⁶ Desy Ary Setyawati, Dahlan, M. Nur Rasyid, *Perlindungan Bagi Hak Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*, Syiah Kuala Law Journal, Volume 1 No. 3, Desember 2017, hlm. 43

⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia*, Yogyakarta, FH UII Press, 2009, hlm. 4

karena beberapa hal, antara lain:

- a. *Online shop* yang ada di berbagai sosial media tidak memiliki alamat yang jelas atau secara fisik di dalam suatu negara, sehingga konsumen akan kesulitan dalam hal pengembalian barang apabila barang atau produk tersebut tidak sesuai dengan apa yang dipesan.
- b. Barang yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai dengan kesepakatan bersama dan terjadi kecacatan produk.
- c. Sulitnya konsumen untuk mendapatkan jaminan ganti rugi.

Dengan adanya kecurangan-kecurangan yang akan terus merugikan konsumen, kemudian Pemerintah membentuk suatu produk hukum yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) yang dibuat di Jakarta pada tanggal 20 April 1999 dan mulai berlaku satu tahun berikutnya. UUPK berfungsi untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan konsumen, maka mulailah dipikirkan kepentingan-kepentingan apa dari konsumen yang perlu mendapat perlindungan. Kepentingan-kepentingan itu dapat dirumuskan dalam bentuk hak. Menurut Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy dalam pidatonya di hadapan Kongres Amerika Serikat pada tahun 1962, pada waktu mengemukakan gagasan tentang perlunya perlindungan konsumen, beliau sekaligus menyebutkan empat hak konsumen yang perlu mendapat perlindungan secara hukum, yaitu:

1. hak memperoleh keamanan (the right to safety);
2. hak untuk memilih (the right to choose);

3. hak mendapat informasi (the right to be informed);
4. hak untuk didengar (the right to be heard).⁸

Dalam hal ini UUPK memberikan ruang bagi konsumen untuk menuntut hak-haknya yang telah dilanggar. Konsumen yang merasa hak-haknya dilanggar oleh pelaku usaha atau yang merasa dirugikan karena memakai produk/jasa pelaku usaha disediakan satu instrumen hukum untuk menuntut hak-haknya tersebut. Konsumen dapat melaporkan atau mengadakan kerugian yang dialami akibat dari memakai/menggunakan produk pelaku usaha kepada suatu lembaga yang berbentuk sebagai Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Hak-hak konsumen yang sering dikesampingkan oleh pelaku usaha tersebut terdapat dalam Pasal 4 UUPK yaitu:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

⁸ Mariam Darus, *Perlindungan Terhadap Konsumen Ditinjau dari Segi Standar Kontrak (Baku)*, Makalah pada Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, BPHN-Binacipta, hlm. 61

- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁹

Dalam hal ini, pelaku usaha yang telah merugikan konsumen tersebut telah melanggar kewajibannya Pasal 7 UUPK antara lain:¹⁰

- 1) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku;

⁹ *Ibid.*, hlm. 29

¹⁰ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2015, hlm. 61-62.

- 5) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
- 7) memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Selain melanggar kewajiban pelaku usaha yang tercantum dalam Pasal 7 UUPK, pelaku usaha tersebut juga melanggar kewajibannya yang sebagaimana tercantum dalam Pasal 26 dan 27 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu sebagai berikut:¹¹

Pasal 26

Pelaku Usaha wajib:

- a. melindungi hak-hak Konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan Konsumen; dan
- b. mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.

¹¹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pasal 27

- (1) Pelaku Usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi Konsumen.
- (2) Layanan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit mencakup:
 - a. alamat dan nomor kontak pengaduan;
 - b. prosedur pengaduan Konsumen;
 - c. mekanisme tindak lanjut pengaduan;
 - d. petugas yang kompeten dalam memproses layanan pengaduan; dan
 - e. jangka waktu penyelesaian pengaduan.

Dengan demikian, selama masih banyak konsumen yang dirugikan dan hak-hak konsumen masih dikesampingkan, masalahnya tidak akan pernah tuntas. Masalah konsumen yang paling banyak terjadi adalah dalam melakukan belanja *online*, banyak konsumen yang haknya tidak dipenuhi ketika mengalami kerugian sesuai dengan Pasal 4 huruf h.

Dilihat dari adanya aturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen tersebut, maka konsumen memiliki hak untuk melaporkan kerugian yang dialaminya tersebut agar konsumen mendapatkan hak berupa kompensasi atau ganti rugi penggantian barang/jasa serta pelaku usaha berkewajiban untuk tidak melanggar hak-hak yang dimiliki oleh konsumen. Namun, pada kenyataannya berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan kuesioner, terkumpul sebanyak 60 responden, 35 diantaranya mengalami kerugian, dan sisanya sebanyak 25 responden tidak mengalami kerugian pada saat melakukan belanja *online*.

Dari 35 responden tersebut:

- a. 21 responden yang mengalami kerugian ketika sedang berbelanja *online* melalui aplikasi Instagram,
- b. 3 responden mengalami kerugian berbelanja *online* melalui aplikasi *Facebook*,
- c. 11 responden yang mengalami kerugian ketika sedang berbelanja *online* melalui *marketplace* seperti *Shopee*, *Lazada*, dan *Tokopedia*.

Kerugian yang dialami responden yang berbelanja *online shop* melalui aplikasi sosial media seperti Instagram maupun melalui aplikasi *Facebook* tersebut terjadi karena ketidak amanan dan rawan akan kecurangan. Hal itu terjadi karena, uang pembayaran dari pembeli/konsumen langsung dikirim ke rekening pihak pelaku usaha sebelum barang diterima, sehingga tidak ada jaminan keamanan untuk pembeli/konsumen setelah uang dikirim.

Kerugian yang dialami responden yang berbelanja melalui *marketplace* bukan karena ketidakamanan sistem pembayaran seperti yang terjadi di *instagram* atau *facebook*, namun kerugian yang dialami berupa:

- a. barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang diunggah oleh pelaku usaha,
- b. barang yang datang salah ukuran (misal: yang dipesan ukuran XL namun yang datang ukuran M),
- c. barang datang terlambat, dan tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan, dan
- d. barang mengalami kerusakan sehingga tidak dapat digunakan.

35 responden tersebut mengalami kerugian dengan nilai transaksi Rata-rata berkisar dari Rp. 90.000 sampai Rp. 1.550.000.

Kemudian, dari 35 responden yang dirugikan tersebut:

- a. 17 diantaranya mengetahui bahwa hak-haknya sebagai konsumen yang dirugikan tercantum dalam UUPK Pasal 4 huruf h,
- b. 18 responden tidak mengetahui bahwa hak-haknya sebagai konsumen yang dirugikan tercantum dalam UUPK Pasal 4 huruf h.

Kemudian, dari 35 responden tersebut, yang melapor atau mengadukan kerugian yang dialami sebanyak 4 responden, dari 4 responden tersebut:

- a. 1 mengadukannya langsung kepada pelaku usaha,
- b. 1 mengadukan kepada instansi lain yang berwenang,
- c. 2 melakukan pengaduan secara *online*.

Sisanya 31 responden memilih untuk tidak melaporkan atau mengadukan kerugian yang dialaminya tersebut.

Alasan yang mendasari konsumen tidak melaporkan/mengadukan kerugian yang dialaminya adalah:

- a. Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit.
- b. Tidak mengetahui tempat untuk melapor atau mengadukan.
- c. Membuang-buang waktu.

Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

1.1 TABEL HASIL PRA RISET KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN

No	Nama	Aplikasi yang Digunakan			Jumlah Nilai Transaksi	Mengetahui UUPK Pasal 4 huruf h	Melakukan Pelaporan	Alasan Tidak Melaporkan/ Alasan Melaporkan
		<i>Instagram</i>	<i>Facebook</i>	<i>Shopee, Lazada, Tokopedia</i>				
1	Ayyaa	✓			Rp. 100.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
2	Febrian P.	✓			Rp. 300.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
3	Adhina P.K.	✓			Rp. 150.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit, tidak mengetahui tempat untuk melaporkan
4	Andreyan T.	✓			Rp. 500.000	✓	Iya	Pengaduan Online
5	Ahmad Lutfi	✓			Rp.1.500.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit, tidak mengetahui tempat

								untuk melaporkan
6	Pranita			✓	Rp. 100.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit- belit, tidak mengetahui tempat untuk melaporkan, dan membuang- buang waktu
7	Ihda H. Nisa			✓	Rp. 180.000	✓	Iya	Instansi lain yang berwenang
8	Ais	✓			Rp. 350.000	✓	Tidak	Malas
9	Fariz		✓		Rp. 500.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
10	Reza F.			✓	Rp. 400.000	✓	Tidak	Penjual beralasan tidak melakukan kesalahan
11	Mutiara Riza M.	✓			Rp. 300.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
12	Rina Inastuti			✓	Rp. 130.000	✓	Tidak	Tidak mengetahui tempat untuk melaporkan
13	Rizky	✓			Rp. 100.000	✓	Tidak	Membuang- buang waktu
14	Mamik Anjar Susanti	✓			Rp. 200.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit

15	Alya	✓			Rp. 160.000	✓	Tidak	Tidak mengetahui tempat untuk melaporkan
16	Dien	✓			Rp.1.550.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
17	Puti D. Algamar		✓		Rp. 300.000	-	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
18	Imam Arbi	✓			Rp. 200.000	-	Tidak	Malas
19	Nabila Y. Hanun	✓			Rp. 90.000	-	Tidak	Membuang-buang waktu
20	Dita	✓			Rp. 97.000	-	Tidak	Membuang-buang waktu
21	Ghassa			✓	Rp. 150.000	-	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
22	Alifia Sheisa P.	✓			Rp. 100.000	-	Iya	Pelaporan online
23	Eka Nurhalimah			✓	Rp. 100.000	-	Tidak	Malas
24	Mahar		✓		Rp. 200.000	-	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
25	Maudy W.			✓	Rp. 100.000	-	Tidak	Tidak mengetahui tempat untuk melaporkan
26	Nur Maulida			✓	Rp. 250.000	-	Tidak	Malas

	Y.							
27	Karin	✓			Rp. 180.000	-	Tidak	Tidak mengetahui tempat untuk melaporkan
28	Fadel Ibrahim	✓			Rp. 400.000	-	Tidak	Membuang-buang waktu
29	Annisa	✓			Rp. 380.000	-	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
30	Laila Nur Rohma			✓	Rp. 130.000	-	Tidak	Malas
31	Latifa Hanjani P.	✓			Rp. 250.000	-	Iya	Mengadukan langsung ke penjual
32	Latif			✓	Rp. 500.000	-	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
33	Norman M.B.	✓			Rp. 250.000	-	Tidak	Membuang-buang waktu
34	Puji			✓	Rp. 660.000	-	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
35	Oktavia Nurmalasari	✓			Rp. 680.000	✓	Tidak	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit

Dengan berdasarkan kenyataan di masyarakat tersebut, konsumen yang mengalami kerugian dan mengetahui apabila hak-haknya dilindungi dalam Pasal 4 UUPK lebih memilih tidak menggunakan hak-haknya untuk melaporkan/mengadukan kerugian yang dialaminya, apalagi konsumen yang tidak mengetahui apabila hak-haknya dilindungi dalam Pasal 4 UUPK. Ketidaktahuan dan keengganan konsumen akan hak-haknya akan mengakibatkan konsumen berada dalam posisi yang lemah. Pada dasarnya, konsumen akan mendapatkan perlindungan atas pemenuhan hak-haknya yang sudah tercantum dalam Pasal 4 UUPK, namun hal tersebut kurang disadari oleh konsumen, sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen yang dikarenakan jual beli *online* tersebut. Selain itu, pelaku usaha yang telah membuat konsumen mengalami kerugian tidak melakukan iktikad baik atau bertanggungjawab kepada para konsumen yang dirugikan.

Melihat kenyataan yang terjadi di masyarakat, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM BELANJA ONLINE.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah: Bagaimana efektivitas penerapan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam jual beli secara online?

C. Tujuan Penulisan

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penulis melakukan penelitian adalah untuk mengetahui efektivitas penerapan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam jual beli secara online.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian yang telah dituangkan dalam bentuk skripsi ini diharapkan dapat menjadi manfaat dan pemikiran guna menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang hukum, khususnya mengenai perlindungan konsumen.

b. Manfaat praktis

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi praktisi hukum, pemerintah, masyarakat, serta lembaga-lembaga yang memperjuangkan perlindungan konsumen dalam upaya pelaksanaan perlindungan konsumen, khususnya yang menyangkut

“Efektifitas Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”.

E. Orisinalitas Penelitian

Dalam menjaga keaslian judul yang penulis ajukan dalam skripsi atau penelitian ini, maka penulis berikut penulis lampirkan beberapa skripsi atau penelitian lain yang menjadi bahan pertimbangan:

1. Zain Ma'ruf Yasin, Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018, dengan judul penelitian “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Jual Beli *Online* di Lembaga Konsumen Yogyakarta”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:
 - a. Bagaimanakah pelaksanaan perlindungan konsumen jual beli *online* di Lembaga Konsumen Yogyakarta?
 - b. Apakah perlindungan konsumen jual beli *online* di Lembaga Konsumen Yogyakarta sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

Hasil penelitian yang dimiliki dalam penelitian ini adalah perlindungan konsumen jual beli *online* yang dilakukan oleh Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) adalah melalui pendidikan, konsultasi, serta advokasi. LKY mampu melaksanakan perlindungan terhadap konsumen sesuai dengan tugas LKY sebagai LPKSM sebagaimana tercantum dalam Pasal 44 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun untuk konsumen jual beli *online* terdapat beberapa hal yang masih

memiliki kekurangan, hal tersebut terkait penanganan yang diberikan atas aduan konsumen, kerjasama yang dilakukan dengan lembaga terkait, serta penyebaran informasi dan pemberdayaan konsumen yang belum secara maksimal dapat dilaksanakan oleh LKY.¹²

Penelitian yang dilakukan penulis berbeda dengan penelitian tersebut, karena objek penelitian yang dilakukan penulis adalah Efektivitas penerapan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam jual beli secara *online* sedangkan penelitian ini objeknya adalah pelaksanaan perlindungan terhadap konsumen jual beli online di LKY Yogyakarta.

2. Imom Pandapotan, Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014, dengan judul penelitian "Efektifitas Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Pekanbaru)". Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:
- a. Bagaimana Pelaksanaan Undang-Undang No. 8 Pasal 55 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di BPSK kota Pekanbaru pada tahun 2013?
 - b. Apakah hambatan/kendala yang di temui oleh BPSK Kota Pekanbaru dalam melaksanakan undang-undang No. 8 Pasal 55 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan/kendala tersebut?

¹² Zain Ma'ruf Yasin, Skripsi: "*Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Di Lembaga Konsumen Yogyakarta*" (Yogyakarta: UIN SUKA, 2018).

Hasil penelitian yang dimiliki dalam penelitian ini adalah Efektifitas Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap kegiatan BPSK di Kota Pekanbaru dilihat dari proses penyelesaian sengketa di BPSK belum sesuai pada Pasal 55 UUPK. BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 hari kerja setelah gugatan diterima, namun kenyataannya dalam penyelesaian sengketa melebihi waktu 21 hari kerja. Hambatannya adalah kurangnya pengetahuan para pihak tentang prosedur beracara di BPSK dan para pihak masih banyak yang belum mengetahui tentang tata cara penyelesaian sengketa di BPSK. Solusinya, perlu bantuan dana dan dukungan dari pemerintah agar BPSK bisa melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui media sosial ataupun televisi untuk mensosialisasikan tentang tata cara persidangan dalam waktu yang singkat.¹³

Penelitian yang dilakukan penulis berbeda dengan penelitian tersebut, karena penelitian ini membahas mengenai efektivitas pelaksanaan Pasal 55 UUPK di BPSK Kota Pekanbaru, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis membahas tentang efektivitas Pasal 4 UUPK bagi konsumen yang mengalami kerugian pada saat belanja *online*.

¹³ Imom Pandapotan, Skripsi: “Efektifitas Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Pekanbaru)” (Riau: UIN SUSKA, 2014).

F. Tinjauan Pustaka

1. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum, istilah ini masih relatif baru, khususnya di Indonesia, sedangkan di negara maju, hal ini mulai dibicarakan bersamaan dengan berkembangnya industri dan teknologi. Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan:

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Hukum konsumen menurut Az. Nasution adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur kaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.¹⁴ Selain Az. Nasution, Sidharta juga memiliki definisinya sendiri mengenai perlindungan konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.¹⁵ Di dalam Pasal 2 UUPK, dijelaskan bahwa perlindungan konsumen memiliki berbagai asas, yaitu:

¹⁴ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 37

¹⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta, Raja Grafindo, 2000, hlm. 9

1. Asas manfaat: segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan: partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan: memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, produsen-pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen: memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum: dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

2. Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 4 UUPK disebutkan sejumlah hak konsumen yang mendapat jaminan dan perlindungan dari hukum, yaitu:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹⁶

Hak-hak konsumen sebagaimana disebut di atas terutama dalam huruf h.

Dalam huruf h juga dijelaskan bahwa apabila konsumen merasa dirugikan atau dikecewakan karena ternyata produk tersebut tidak sesuai dengan informasi yang diterimanya (misalnya, kualitas tidak sesuai), produsen/pelaku usaha seharusnya mendengar keluhan konsumen dan memberikan penyelesaian yang baik. Termasuk dalam hal ini adalah hak konsumen untuk mendapatkan penggantian atas kerugian yang dideritanya setelah mengonsumsi produk tersebut atau jika produk tidak sesuai.¹⁷

3. Efektivitas Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektif adalah sesuatu yang ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya) sejak dimulai berlakunya suatu Undang-Undang atau peraturan.¹⁸ Sedangkan efektivitas hukum adalah suatu kemampuan hukum untuk menciptakan atau melahirkan keadaan atau situasi yang dikehendaki oleh hukum atau diharapkan oleh hukum (W. Yudho dan H. Tjandrasari:1987,59).¹⁹ Ketika membicarakan soal efektivitas hukum maka harus dapat diukur sejauh mana sebuah aturan hukum yang berlaku ditaati atau tidak.

¹⁶ Janus Sidabalok, op. cit. hlm. 32-33

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta. Balai Pustaka, 2002, Hal. 284.

¹⁹ Ria Ayu Novita dan Agung Basuki Prasetyo dan Suparno, *Efektivitas Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1960 Tentang Perjanjian Bagi Hasil Tanah Pertanian (Tanah Kering) di Desa Bringin, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo*, Diponegoro Law Jurnal, Volume 6, No. 2, 2017, hlm. 4.

Menurut Soerjono Soekanto, hukum dapat disebut efektif apabila terdapat akibat hukum yang positif, pada saat tersebut hukum dapat mencapai sasaran dalam hal membimbing maupun merubah perilaku manusia menjadi perilaku hukum.²⁰ Berfungsinya hukum merupakan pertanda bahwa hukum tersebut mencapai tujuan yang diinginkan yaitu berusaha untuk mempertahankan dan melindungi masyarakat dalam pergaulan hidup.²¹

Teori efektivitas hukum menurut Soerjono Soekanto adalah bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu:²²

- a. faktor hukumnya sendiri (undang-undang)
- b. faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum;
- c. faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum;
- d. faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan;
- e. faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa.

Kelima faktor tersebut saling berkaitan satu sama lainnya, oleh karena merupakan esensi penegakan hukum, serta juga merupakan tolok ukur daripada efektivitas penegakan hukum (Aan Andrianih: 2012, 99).²³ Sehingga,

²⁰ Soerjono Soekanto, *Efektivitas Hukum dan Penerapan Sanksi*, Bandung, Remaja Karya, 1985, hlm. 80.

²¹ *Ibid.*, hlm. 7

²² Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 8

²³ Ria Ayu Novita dan Agung Basuki Prasetyo dan Suparno, op. cit. hlm. 4

kepatuhan dan pelaksanaan norma oleh setiap orang memiliki pengertian bahwa hukum tersebut dapat diberlakukan atau tidak.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah yuridis empiris atau dengan kata lain adalah jenis penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut juga dengan penelitian lapangan, yaitu dengan mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat.²⁴ Penelitian ini dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan, setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang akhirnya akan menuju pada penyelesaian masalah.²⁵

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis adalah mengidentifikasi dan mengkonsepsi hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata.²⁶ Pendekatan yuridis sosiologis dimaksudkan sebagai penerapan dan pengkajian hubungan aspek hukum dengan aspek non hukum dalam bekerjanya hukum di masyarakat. Penelitian hukum yang

²⁴ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Jakarta, Sinar Grafika, 2002, hlm. 15

²⁵ *Ibid.*, hlm. 16

²⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press, 2010, hlm. 51

sosiologis mengikuti pola penelitian ilmu-ilmu sosial khususnya sosiologi sehingga penelitian ini disebut *sociolegal research*.²⁷

3. Objek Penelitian

Efektivitas penerapan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam jual beli secara online.

4. Subjek Penelitian

Untuk dapat memperoleh informasi atau keterangan terhadap masalah yang diteliti sesuai dengan permasalahan yang penulis teliti, maka penulis melakukan penelitian melalui subjek penelitian berupa keterangan dari:

- a. Data kuesioner.
- b. Konsumen yang menjadi korban dari jual beli *online* melalui sosial media atau *marketplace*.

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama terkait dengan permasalahan yang akan dibahas.²⁸ Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi, maupun kuesioner yang berkaitan dengan perilaku masyarakat.²⁹

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang didapatkan secara tidak langsung yang diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap

²⁷ *Ibid.*, hlm. 53

²⁸ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 56

²⁹ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2010, hlm. 23

sumber-sumber tertulis yang meliputi perundang-undangan, yurisprudensi, dan buku literatur hukum atau bahan hukum tertulis lainnya.³⁰ Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.³¹

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis.³² Bahan hukum primer dalam penelitian ini yaitu:

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- b) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;
- c) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan yang tidak mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis.³³ Bahan hukum sekunder dalam penelitian adalah:

- a) jurnal;
- b) makalah;

³⁰ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 151

³¹ Tim Buku Pedoman Penulisan Tugas Akhir FH UII, *Pedoman Penulisan Tugas Akhir*, Cetakan Kedua, Yogyakarta, FH UII, 2016, hlm. 12

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*, hlm. 13

- c) buku-buku hukum; dan
- d) sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan yang digunakan sebagai pelengkap terhadap data primer dan data sekunder, yaitu:

- a) kamus;
- b) ensiklopedia; dan
- c) bibliografi.³⁴

c. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Angket atau kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data primer. Angket atau kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.³⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan *google form* untuk penyebaran angket atau kuesioner.
- 2) Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yaitu dengan mengkaji berbagai peraturan perundang-undangan dan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian.

6. Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu dengan menguraikan, membahas, menafsirkan temuan-temuan penelitian dengan perspektif atau sudut pandang tertentu. Kegiatan analisis ini

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta.CV, 2013, hlm. 199

bertujuan untuk merumuskan kesimpulan dari pertanyaan penelitian yang diajukan.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan, penelitian ini disusun menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN), terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas, tinjauan pustaka, metode penelitian yang didalamnya terdapat jenis, pendekatan, objek, subjek, sumber data primer, sekunder, tersier, bahan hukum, teknik pengumpulan data, analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II (TINJAUAN UMUM), pentingnya bab II ini untuk memberikan arahan atau kerangka konseptual mengenai perlindungan konsumen, UUPK, dan efektivitas hukum.

BAB III (PEMBAHASAN), merupakan bab yang penting dalam penelitian, karena akan menjawab rumusan masalah tentang efektivitas Pasal 4 huruf H Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bagi Konsumen yang Mengalami Keugian dalam Belanja Online.

BAB IV (PENUTUP) merupakan bab terakhir dalam penelitian yang berisi kesimpulan dari pembahasan tentang rumusan masalah dan dilengkapi dengan saran sebagai bahan rekomendasi dari hasil penelitian.

BAB II
TINJAUAN UMUM EFEKTIVITAS HUKUM, PERLINDUNGAN
HUKUM, JUAL BELI, DAN TRANSAKSI *ONLINE*

A. Pengertian Efektivitas Hukum

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang artinya berhasil atau sesuatu yang jika dilakukan akan berhasil dengan baik. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “KBBI”, efektivitas ialah daya guna, keaktifan serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai.³⁶

Menurut Barda Nawawi Arief, efektivitas mengandung arti “keefektiva-an” pengaruh atau efek keberhasilan/kemajuan/kemujaraban.³⁷ Dengan kata lain efektivitas adalah tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai, atau dapat disebut juga sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan.³⁸

Richard M. Steers berpendapat bahwa efektivitas ialah jangkauan usaha tertentu suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa mencari tekanan yang wajar terhadap pelaksanaannya.³⁹

Pengertian efektivitas secara umum dapat adalah efektivitas merupakan suatu sasaran atau tujuan yang dikehendaki telah tercapai maka hal tersebut

³⁶ <https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>, diakses pada tanggal 21 Januari 2020 pukul 15.17 WIB.

³⁷ Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 85.

³⁸ Muhammad Ali, *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*, Bandung, Angkasa, 1997, hlm 89.

³⁹ Richard M Steers, *Efektivitas Organisasi Perusahaan*, Jakarta, Erlangga, 1985, hlm 87.

dapat dikatakan efektif, sebaliknya apabila sasaran tidak tercapai maka dapat dikatakan tidak efektif. Sehingga, semakin banyak rencana dan tujuan yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif.⁴⁰

Untuk mengetahui sejauh mana efektivitas hukum, maka yang dilakukan pertama kali adalah harus mengukur sejauh mana hukum itu ditaati oleh sebagian besar target yang menjadi sasaran ketaatannya, sehingga hal tersebut dinyatakan bahwa aturan hukum yang bersangkutan adalah efektif. Namun demikian, sekalipun dikatakan aturan yang ditaati itu efektif, tetapi masih dapat dipertanyakan lebih jauh derajat efektivitasnya karena seseorang menaati atau tidak suatu aturan hukum tergantung pada kepentingannya.⁴¹

Menurut sistem hukum islam yang diturunkan oleh Allah SWT, efektivitas hukum memiliki dampak yang besar yaitu dapat menekan angka kriminalitas, dapat menjadikan masyarakat taat dan sadar hukum, dapat menciptakan ketertiban masyarakat, serta dapat mewujudkan keadilan. Hal ini tercantum dalam QS. Al-An'am (6:57):

قُلْ إِنِّي عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَكَذَّبْتُمْ بِهِ ۚ مَا عِندِي مَا تَسْتَعْجِلُونَ بِهِ ۚ إِنِ الْحُكْمُ إِلَّا لِلَّهِ يَفْصِلُ الْحَقَّ وَهُوَ خَيْرُ
الْفَاصِلِينَ

Artinya:

Katakanlah: “Sesungguhnya aku berada di atas hujjah yang nyata (Al Qur'an) dari Tuhanku, sedang kamu mendustakannya. Tidak ada padaku apa (azab) yang

⁴⁰ <https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>, *op. cit.*, diakses pada tanggal 21 Januari 2020 pukul 15.17 WIB.

⁴¹ Achmad Ali, *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicialprudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)*, Jakarta, Penerbit Kencana, 2009, hlm. 375.

kamu minta supaya disegerakan kedatangannya. Menetapkan hukum itu hanyalah hak Allah. Dia menerangkan yang sebenarnya dan Dia Pemberi keputusan yang paling baik.” Dengan adanya ayat tersebut, maka hukum ciptaan Allah SWT jelas akan efektif untuk menutup celah bagi siapapun yang akan bernegosiasi dengan hukum Allah SWT.

Pendapat lain juga dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, hukum dapat disebut efektif apabila terdapat akibat hukum yang positif, pada saat tersebut hukum dapat mencapai sasaran dalam hal membimbing maupun merubah perilaku manusia menjadi perilaku hukum.⁴² Berfungsinya hukum merupakan pertanda bahwa hukum tersebut mencapai tujuan yang diinginkan yaitu berusaha untuk mempertahankan dan melindungi masyarakat dalam pergaulan hidup.⁴³

Pada umumnya faktor yang banyak mempengaruhi efektivitas suatu perundang-undangan adalah profesional dan optimal pelaksanaan peran, wewenang dan fungsi dari para penegak hukum, baik ketika menjelaskan tugas yang dibebankan terhadap diri mereka maupun dalam hal penegakan perundang-undangan tersebut.⁴⁴

Apabila yang akan dikaji adalah efektivitas pasal ataupun perundang-undangan, maka dapat dikatakan bahwa tentang efektifnya suatu perundang-undangan atau pasal tersebut banyak tergantung pada beberapa faktor, antara lain:

⁴² Soerjono Soekanto, *op. cit.*, 1985, hlm. 80.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 7

⁴⁴ Achmad Ali, *op. cit.*, hlm. 379.

- a. Pengetahuan tentang substansi (isi) perundang-undangan.
- b. Cara-cara untuk memperoleh pengetahuan tersebut.
- c. Institusi yang terkait dengan ruang lingkup perundang-undangan di dalam masyarakatnya.
- d. Bagaimana proses lahirnya suatu perundang-undangan, yang tidak boleh dilahirkan secara tergesa-gesa untuk kepentingan instan (sesaat), yang diistilahkan oleh Gunnar Myrdall sebagai *sweep legislation* (undang-undang sapu), yang memiliki kualitas buruk dan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat.⁴⁵

Sedangkan, menurut Soerjono Soekanto bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu:⁴⁶

- a. Faktor hukumnya itu sendiri (Undang-Undang).

Hukum berfungsi untuk keadilan, kepastian dan kemanfaatan. Dalam praktik penyelenggaraan hukum di lapangan ada kalanya terjadi pertentangan antara kepastian hukum dan keadilan. Maka ketika ada permasalahan mengenai hukum setidaknya keadilan menjadi prioritas utama. Karena hukum tidaklah semata-mata dilihat dari sudut hukum tertulis saja.⁴⁷

- b. Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum.

Kecenderungan yang kuat di kalangan masyarakat untuk mengartikan hukum sebagai petugas atau penegak hukum, artinya hukum diidentikkan dengan tingkah laku nyata petugas atau penegak hukum. Sering timbul

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 378.

⁴⁶ Soerjono Soekanto, *op. cit.*, 2008, hlm. 8.

⁴⁷ Achmad Ali, *op. cit.*, 2009, hlm. 8.

persoalan karena sikap atau perlakuan yang dipandang melampaui wewenang atau perbuatan lainnya yang dianggap melunturkan citra dan wibawa penegak hukum. Hal ini disebabkan oleh kualitas yang rendah dari aparat penegak hukum itu sendiri.⁴⁸

c. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.

Para penegak hukum tidak dapat bekerja dengan baik apabila tidak dilengkapi dengan kendaraan dan alat-alat komunikasi yang proporsional. Tanpa adanya sarana atau fasilitas tersebut, tidak akan mungkin penegak hukum menyerasikan peranan yang seharusnya dengan peranan yang aktual.⁴⁹

d. Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku dan diterapkan.

Persoalan yang sering timbul adalah taraf kepatuhan hukum, yaitu kepatuhan hukum yang tinggi, sedang, atau kurang. Adanya derajat kepatuhan hukum masyarakat terhadap hukum, merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum yang bersangkutan.

e. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.

Kebudayaan Indonesia merupakan dasar atau mendasari hukum adat yang berlaku. Disamping itu berlakunya hukum tertulis (perundang-undangan), yang dibentuk oleh golongan tertentu dalam masyarakat yang mempunyai kekuasaan dan wewenangnya sendiri. Hukum perundang-undangan tersebut

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 21.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 37.

harus dapat mencerminkan nilai-nilai yang menjadi dasar dari hukum adat, agar hukum perundang-undangan tersebut dapat berlaku secara aktif.⁵⁰

Teori efektifitas hukum yang dikemukakan Soerjono Soekanto ini sangat relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Romli Atmasasmita yaitu faktor-faktor yang menghambat efektivitas penegakan hukum tidak hanya terletak pada sikap mental aparaturnya penegak hukum (Hakim, Jaksa, Polisi dan penasihat Hukum) akan tetapi juga terletak pada faktor sosialisasi hukum yang sering diabaikan.⁵¹

Dengan demikian, efektivitas hukum berarti membahas daya kerja hukum dalam mengatur dan/atau memaksa masyarakat untuk taat terhadap hukum. Hukum dapat efektif jika faktor-faktor yang mempengaruhi hukum tersebut dapat berfungsi secara maksimal. Ukuran efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat dilihat melalui perilaku masyarakat. Suatu hukum atau peraturan perundang-undangan efektif apabila warga masyarakat berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan atau yang dikehendaki oleh hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki, maka efektivitas hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut telah tercapai secara maksimal.⁵²

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 42.

⁵¹ Romli Atmasasmita, *Reformasi Hukum, Hak asasi manusia & Penegakan hukum*, Bandung, Mandar Maju, 2001, hlm. 55.

⁵² Soerjono Soekanto, *op. cit.*, 2008, hlm. 82.

B. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Dalam bahasa Inggris pengertian perlindungan hukum adalah *protection*. Sedangkan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) perlindungan merupakan tempat berlindung.⁵³ Makna kata perlindungan secara kebahasaan tersebut memiliki kemiripan atau kesamaan unsur-unsur, yaitu:

- a. unsur tindakan melindungi;
- b. unsur pihak-pihak yang melindungi; dan
- c. unsur cara-cara melindungi.

Berdasarkan kesamaan unsur-unsur tersebut diatas, maka kata perlindungan memiliki makna yaitu, suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara tertentu. Adapun yang dimaksudkan dengan hukum adalah keseluruhan kumpulan peraturan-peraturan atau kaedah-kaedah dalam suatu kehidupan bersama atau keseluruhan peraturan tentang tingkah laku yang berlaku dalam suatu kehidupan bersama yang dapat dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.⁵⁴

Menurut Satjipto perlindungan hukum dapat memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut

⁵³ Suharto dan Tata Irianto, *Kamus Bahasa Indonesia*, Surabaya, Indah Surabaya, 2004, hlm. 196.

⁵⁴ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta, Liberty, 2003, hlm. 40.

diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁵⁵

Pendapat lain juga dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon, bahwa perlindungan hukum merupakan kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.⁵⁶

Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum. Perlindungan hukum dapat diberikan melalui cara-cara tertentu, antara lain:

- a. Membuat peraturan yang bertujuan untuk memberikan hak dan kewajiban serta menjamin hak-hak para subyek hukum.
- b. Menegakkan peraturan, melalui:
 - 1) hukum administrasi negara berfungsi untuk mencegah (*preventive*) terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen, dengan perizinan dan pengawasan;
 - 2) hukum pidana berfungsi untuk menanggulangi (*repressive*) pelanggaran UUPK, dengan mengenakan sanksi pidana; dan

⁵⁵ Qur'ani Dewi Kusumawardani, *Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Internet Terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online*, Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Volume 19, No. 1, 2019, hlm. 18.

⁵⁶ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya, PT. Bina Ilmu, 1987, hlm. 25.

- 3) hukum perdata berfungsi untuk memulihkan hak (*curative; recovery; remedy*) dengan membayar kompensasi atau ganti rugi.⁵⁷

Perlindungan hukum yang diberikan melalui cara-cara di atas, dapat dimaknai sebagai upaya negara mewujudkan perannya dalam rangka memberikan perlindungan dan kesejahteraan dalam berbagai bidang. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam sebagai bagaian dari hukum di Indonesia yang sudah sejak awal memberikan dukungan penuh dengan kaidah-kaidahnya mewujudkan kesejahteraan yang tercantum dalam fiqhiyah yaitu sebagaimana tercantum dalam Kitab Al-Ashbah Wa al-Nadloir halaman 128.⁵⁸

تَصَرَّفُ الْإِمَامُ عَلَى الرَّعِيَّةِ مَنُوطٌ بِالْمَصْلَحَةِ

Artinya: “Pemerintah (imam) mengurus rakyatnya sesuai dengan kemaslahan.”

Dengan demikian, negara wajib melindungi semua kepentingan warga negara tanpa terkecuali.

2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Kata “konsumen” berasal dari alih bahasa dari kata “*consumer*” (Inggris-Amerika), atau “*consument/konsument*” (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan

⁵⁷ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung, Penerbit Universitas Lampung, 2007, hlm. 31.

⁵⁸<http://pa-pekalongan.go.id/layanan-publik/artikel-pengadilan/247-implementasi-perlindungan-hukum-kepada-warga-negara>, diakses pada 10 Februari 2020 pukul 10.50 WIB.

barang.⁵⁹ Menurut *Business English Dictionary*, perlindungan konsumen adalah *protecting consumers against unfair or illegal traders*.⁶⁰ Adapun *Black's Law Dictionary* mendefinisikan *a statute that safeguards consumers in the use goods and services*.⁶¹ Selain itu, pengertian perlindungan konsumen menurut Islam sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an yang tercantum dalam QS. Al-Baqarah (2:279):

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَ تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya:

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya. (QS. Al-Baqarah ayat 279).⁶²

Sepintas ayat di atas memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung arti mengenai perlindungan konsumen. Pada akhir ayat tersebut disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak mendzalimi dan tidak pula didzalimi). Dalam kontes jual beli, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling mendzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku

⁵⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2011, hlm. 22.

⁶⁰ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2013, hlm. 21.

⁶¹ *Ibid.*

⁶² Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Jurnal IUS, Volume 3, No. 9, 2015, hlm. 526.

usaha. Sehingga, jual beli *online* yang terjadi harus juga dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.⁶³

Sedangkan pengertian menurut para ahli yaitu, dari Mochtar Kusumaatmadja, definisi Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang dan jasa konsumen di dalam pergaulan hidup masyarakat.⁶⁴ Sedangkan menurut Az. Nasution hukum konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.⁶⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁶⁶

Sehingga, apabila dipahami berbagai pemaparan yang menjelaskan berbagai pengertian mengenai perlindungan konsumen di atas, maka perlindungan hukum bagi konsumen merupakan sebuah perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk dapat memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen dari berbagai macam permasalahan ataupun sengketa konsumen karena merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Dengan adanya ketentuan peraturan perundang-

⁶³ Zulham, *op. cit.*, hlm. 41.

⁶⁴ AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Ctk. Kedua, Jakarta, PT. Grasindo, 2006, hlm. 37.

⁶⁵ Janus Sidabalok. *op. cit.* hlm. 45.

⁶⁶ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

undangan yang mengatur tentang perlindungan hukum bagi konsumen ini, maka sengketa dengan pelaku usaha yang masih sering terjadi dapat diminimalisir, sehingga hak-hak yang seharusnya diterima konsumen dapat terpenuhi.⁶⁷

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang cukup luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.⁶⁸ Cakupan perlindungan konsumen dapat dibedakan menjadi 2 (dua) aspek, yaitu:⁶⁹

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Sehingga, keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif (mencegah), tetapi juga tindakan represif (memulihkan) dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen.⁷⁰

⁶⁷ Eli Wuria Dewi, *op.cit.*, hlm. 4.

⁶⁸ Zulham, *op. cit.*, hlm. 22.

⁶⁹ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1993, hlm. 152.

⁷⁰ Zulham, *op. cit.*, hlm. 22.

Maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan cara:⁷¹

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

Dalam hal ini tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum.⁷² Teori hukum bertujuan untuk menjelaskan nilai-nilai hukum dan postulat-postulatnya hingga dasar-dasar filsafatnya yang paling dalam. Hukum pada hakikatnya adalah sesuatu yang abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkret. Suatu ketentuan hukum dapat dinilai baik jika akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya, dan berkurangnya penderitaan.⁷³

⁷¹ Andrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2008, hlm. 63.

⁷² Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*, Jakarta, Gunung Agung, 2002, hlm. 85.

⁷³ Lili Rasjidi dan I.B. Wyasa Putra, *Hukum sebagai Suatu Sistem*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 1993, hlm. 79.

Dengan adanya jaminan kepastian hukum melalui sebuah perlindungan hukum yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku, maka hak-hak dan kepentingan mereka telah jelas dilindungi oleh undang-undang, sehingga akan tercapai kehidupan masyarakat yang adil dan makmur, serta terlepas dari segala kemungkinan permasalahan konsumen dan pelaku usaha yang masih sering terjadi.⁷⁴ Apabila permasalahan tersebut terjadi seperti kerugian yang dialami konsumen maka hal itu telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yaitu sebagai berikut:⁷⁵

- (1) Dalam hal PMSE merugikan Konsumen, Konsumen dapat melaporkan kerugian yang diderita kepada Menteri.
- (2) Pelaku Usaha yang dilaporkan oleh Konsumen yang dirugikan harus menyelesaikan pelaporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Pelaku Usaha yang tidak menyelesaikan pelaporan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dimasukkan ke dalam daftar prioritas pengawasan oleh Menteri.
- (4) Daftar prioritas pengamanan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dapat diakses oleh publik.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai daftar prioritas pengawasan diatur dalam Peraturan Menteri.

Oleh karena itu, dalam Pasal 4 UUPK telah mengatur hak-hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, agar kedua belah pihak dapat

⁷⁴ Eli Wuria Dewi, *op. cit.*, hlm. 9.

⁷⁵ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

melakukan jual beli online atau transaksi online dengan aman tanpa kecurangan, serta konsumen mendapat jaminan dan perlindungan hukum.

a. Hak Konsumen

Hak konsumen adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya.⁷⁶

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.

Konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman, dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa, dan harta bendanya karena memakai atau mengonsumsi produk. Sehingga, setiap produk, baik dari segi komposisi bahan, konstruksi, maupun kualitasnya harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.⁷⁷

- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Tidak dikehendaki adanya produk yang dapat mencelakakan dan mencederai konsumen, pelaku usaha wajib mencantumkan label produknya

⁷⁶ Sudikno Mertokusumo, *op. cit.*, hlm. 40.

⁷⁷ Janus Sidabalok, *op. cit.*, hlm. 34.

agar konsumen dapat mengetahui adanya unsur-unsur yang dapat membahayakan keamanan dan keselamatan dirinya. Sehingga, konsumen dapat memutuskan apakah produk tersebut cocok baginya.

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Dalam berproduksi pelaku usaha harus bertindak jujur dalam memberikan informasi sehingga konsumen dapat memilih produk yang terbaik bagi dirinya. Informasi tersebut harus jujur, benar, dan jelas sehingga tidak mengelabui konsumen.⁷⁸

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Apabila konsumen merasa dirugikan oleh produk yang diterima dari pelaku usaha, maka konsumen berhak untuk didengar keluhan atau pendapatnya. Pelaku usaha dalam hal ini seharusnya mendengar keluhan konsumen itu dan memberikan penyelesaian yang baik.⁷⁹

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Mengingat bahwa pelaku usaha berada dalam kedudukan yang lebih kuat, baik secara ekonomis maupun dari segi kekuasaan (*bergaining power*, *bergaining position*) dibanding dengan konsumen, maka dari itu diperlukan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa yang patut

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ *Ibid.*

terhadap konsumen. patut berarti tidak memihak kepada salah satu pihak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.⁸⁰

- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

Pelaku usaha wajib memberi informasi yang benar dan mendidik sehingga konsumen makin dewasa bertindak dalam memenuhi kebutuhannya, bukan sebaliknya mengeksploitasi kelemahan-kelemahan konsumen terutama wanita dan anak-anak.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Dalam hal ini konsumen juga berhak untuk diperlakukan secara benar dan jujur serta sama dengan konsumen lainnya, tanpa ada perbedaan berdasarkan ukuran apapun, misalnya suku, agama, budaya, daerah asal atau tempat tinggal, pendidikan, status ekonomi (kaya-miskin), dan status sosial lainnya.

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Huruf h ini merupakan inti dari hukum perlindungan konsumen. bagaimana konsumen yang dirugikan tersebut karena mengonsumsi barang/jasa memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian.⁸¹

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ *Ibid.*

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁸²

Konsumen berhak mendapatkan hak-hak lainnya sesuai dengan kedudukannya sebagai konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁸³

Hak-hak konsumen tersebut sudah mencakup hak-hak konsumen seperti yang dirumuskan oleh mantan Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy dalam pidatonya dihadapan kongres Amerika Serikat pada tahun 1962, pada waktu mengemukakan gagasan tentang perlunya perlindungan konsumen, yang diantara pidatonya menyebutkan 4 (empat) hak konsumen yang perlu mendapat perlindungan secara hukum, yaitu:⁸⁴

- a. hak memperoleh keamanan (*the right to safety*);
- b. hak memilih (*the right to choose*);
- c. hak mendapat informasi (*the right to be informed*); dan
- d. hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Dalam huruf h dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Lebih lanjut, pengertian kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian barang/jasa adalah sebagai berikut:

⁸² *Ibid.*, hlm. 33.

⁸³ *Ibid.*, hlm. 35.

⁸⁴ Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta, Penerbit Ombak, 2014, hlm. 53.

<p>Kompensasi</p>	<p>Imbalan berupa uang atau bukan uang (natura), yang diberikan kepada karyawan dalam perusahaan atau organisasi.⁸⁵ Dalam hal ini, kompensasi yang dimaksud adalah imbalan atau penggantian kepada konsumen berupa uang atau barang sebagai upaya pertanggungjawaban pelaku usaha apabila barang yang diterima tidak sebagaimana mestinya.</p>
<p>Ganti Rugi</p>	<p>Pemberian prestasi yang setimpal akibat suatu perbuatan yang menyebabkan kerugian yang diderita oleh salah satu pihak yang melakukan kesepakatan, atau adanya pihak yang melanggar norma pihak lain sehingga menyebabkan berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu (kerugian).⁸⁶</p> <p>Hak atas ganti kerugian yang dimaksudkan adalah untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang</p>

⁸⁵ <https://kbbi.web.id/kompensasi>, diakses pada 18 Februari 2020 pukul 9.03 WIB.

⁸⁶ <https://www.negarahukum.com/hukum/ganti-kerugian.html>, diakses pada 18 Februari 2020 pukul 9.48 WIB.

	<p>dan/atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen.⁸⁷ Hak ini berkaitan dengan penggunaan produk yang merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materi, maupun kerugian immateriil yaitu kerugian yang membahayakan kesehatan dan/atau jiwa konsumen.⁸⁸</p>
<p>Penggantian barang dan/ atau jasa</p>	<p>Konsumen memiliki hak untuk mendapat penggantian barang dari pelaku usaha apabila barang yang diterima merupakan barang cacat atau barang yang mengalami kerusakan, sehingga tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya, baik karena kesengajaan atau kealpaan maupun disebabkan oleh hal-hal lain yang terjadi dalam peredarannya, atau tidak memenuhi syarat-syarat keamanan bagi manusia, sebagaimana yang diharapkan konsumen.⁸⁹</p>

⁸⁷ Rochani Urip Salami, I Ketut Nurjaya, Krishnoe Kartika, *Penerapan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Jasa Pengiriman Dokumen di PT. Kerta Gaya Pusaka Perwakilan Purwokerto*, Jurnal Dinamika Hukum, Volume. 8, No. 2, 2008, hlm. 151.

⁸⁸ Adrian Sutedi, *op. cit.*, hlm. 58.

⁸⁹ A. Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Yogyakarta, Diadit Media, 2001, hlm. 248.

Hak-hak tersebut sangat berkaitan dengan penggunaan barang atau produk yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materi, atau kerugian immateriil yang berupa sakit, cacat, bahkan bisa terjadi kematian yang dialami konsumen.⁹⁰ Sehingga, apabila konsumen merasakan kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan barang atau produk yang dikirimkan secara *online* oleh pelaku usaha, maka konsumen tersebut berhak untuk mendapatkan ganti kerugian yang pantas secara jenis dan jumlah.⁹¹ Oleh karena itu, pelaku usaha sesuai Pasal 7 huruf g UUPK berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

b. Kewajiban Konsumen

Selain hak, konsumen juga mempunyai kewajiban yang harus dilakukan ketika akan melakukan jual beli secara online atau transaksi online, seperti tertuang dalam Pasal 5 UUPK, yaitu:⁹²

- 1) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

⁹⁰ Rochani Urip Salami, I Ketut Nurjaya, Krishnoe Kartika, *Penerapan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada Jasa Pengiriman Dokumen di PT. Kerta Gaya Pusaka Perwakilan Purwokerto*, Volume. 8, No. 2, 2008, hlm. 151.

⁹¹ *Ibid.*

⁹² *Ibid.*, hlm. 56.

- 3) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan
- 4) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah memberikan peringatan atau instruksi akan tetapi konsumen tidak membaca atau memahami peringatan atau instruksi, bahkan sama sekali tidak melihat label peringatan tersebut. Hal ini sangatlah merugikan bagi konsumen dan juga pelaku usaha.⁹³

Konsumen diwajibkan untuk waspada atas kondisi barang yang disediakan oleh pelaku usaha. Konsumen juga dituntut untuk berhati-hati dalam pengecekan kondisi barang serta keterangan komposisi, dan tanggal kadaluwarsa untuk menghindari hal-hal yang dapat terjadi dan merugikan konsumen itu sendiri sebagai penggunaan barang tersebut. Konsumen wajib membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.⁹⁴

⁹³ *Ibid.*, hlm. 57.

⁹⁴ Nadhira Amaliah, *Penerapan Kewajiban Konsumen Untuk Membaca Informasi Barang Berupa Makanan Ringan dan Minuman Dalam Rangka Perlindungan Diri Sebagai Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Kecamatan Sail*, JOM Fakultas Hukum, Volume 3, No. 2, 2016, hlm. 3.

c. Hak Pelaku Usaha

Hak-hak yang dibebankan oleh UUPK kepada pelaku usaha sebagaimana tercantum di dalam Pasal 6 antara lain:⁹⁵

- 1) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
- 5) hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Hak-hak pelaku usaha di atas dimaksudkan agar konsumen juga dapat memahami hak-hak pelaku usaha, sehingga diharapkan konsumen juga tidak merugikan pelaku usaha. Pelaku usaha mempunyai hak untuk menuntut pembayaran yang wajar sesuai dengan kondisi barang dan/atau jasa yang diserahkan pada konsumen, tidak dapat menuntut lebih dari kondisi barang dan/atau jasa yang ada.⁹⁶

⁹⁵ Eli Wuria Dewi, *op. cit.*, hlm. 61.

⁹⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004, hlm. 51.

d. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha sebagaimana tercantum di dalam Pasal 7 UUPK antara lain adalah:⁹⁷

- 1) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku;
- 5) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
- 7) memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

⁹⁷ Eli Wuria Dewi, *op. cit.*, hlm 61-62.

Oleh karena itu, peraturan perundang-undangan tersebut dimaksudkan agar pelaku usaha dan konsumen terhindar dari kemungkinan terjadinya konflik yang diakibatkan oleh para pelaku usaha yang mengabaikan hak maupun kewajibannya.⁹⁸ Dengan dipenuhinya segala hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha maka kerugian yang dialami konsumen akan semakin rendah karena kedua belah pihak telah melakukan hak dan kewajibannya secara baik dan benar.

Akan tetapi, apabila konsumen mengalami kerugian secara materiil maupun imateriil karena mengonsumsi atau menggunakan produk cacat akan memberikan konsekuensi berupa tanggungjawab yang dibebankan kepada pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK, tanggungjawab pelaku usaha meliputi:⁹⁹

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan.

Misalnya, barang yang dibeli rusak sehingga harus diperbaiki atau diganti. Biaya perbaikan atau penggantian merupakan kerugian konsumen.¹⁰⁰

2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran.

Misalnya, barang yang dibeli disimpan bersama dengan barang lain dan merusak barang lain sehingga harus diperbaiki atau diganti. Biaya perbaikan atau penggantian merupakan kerugian konsumen.¹⁰¹

⁹⁸ *Ibid.*, hlm. 62.

⁹⁹ Fabian Fadhly, *Ganti Rugi sebagai Perlindungan Hukum bagi Konsumen Akibat Produk Cacat*, Arena Hukum, Volume 6, No. 2, 2016, hlm. 238.

¹⁰⁰ Janus Sidabalok, *op. cit.*, hlm. 140.

¹⁰¹ *Ibid.*

3. Tanggung jawab ganti kerugian akibat mengonsumsi.

Misalnya, makanan yang dibeli atau yang dikonsumsi mengakibatkan sakit perut sehingga perlu dirawat di rumah sakit. Biaya perawatan ini merupakan kerugian konsumen.¹⁰²

Pasal 19 ayat (2) UUPK juga mengatur bentuk ganti rugi yang dapat diperoleh konsumen, yaitu:¹⁰³

“Ganti rugi sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa, sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Selain yang tercantum dalam UUPK, kewajiban pelaku usaha juga telah diatur dalam Pasal 26 dan 27 Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu sebagai berikut:¹⁰⁴

Pasal 26

Pelaku Usaha wajib:

- a. melindungi hak-hak Konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan Konsumen; dan
- b. mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ Fabian Fadhly, *op. cit.*, hlm. 238.

¹⁰⁴ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pasal 27

- (1) Pelaku Usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi Konsumen.
- (2) Layanan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit mencakup:
 - a. alamat dan nomor kontak pengaduan;
 - b. prosedur pengaduan Konsumen;
 - c. mekanisme tindak lanjut pengaduan;
 - d. petugas yang kompeten dalam memproses layanan pengaduan; dan
 - e. jangka waktu penyelesaian pengaduan.

C. Pengertian Jual Beli

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata KUHPerdata mengatur bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.¹⁰⁵ Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457-1540 KUHPerdata. Menurut Pasal 1457 KUHPerdata, jual beli adalah suatu persetujuan atau perjanjian yang mengikat penjual dan pembeli, penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang yang disetujui bersama, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang yang disetujui bersama. Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan suatu perjanjian dimana penjual mengikatkan diri untuk memberikan suatu benda, dan pihak

¹⁰⁵ Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta, PT. Pradnya Paramita, 2004, hlm. 338.

yang lain mengikatkan diri untuk membayar harga disepakati bersama-sama berbentuk uang.¹⁰⁶

Dalam perjanjian jual beli terdapat unsur pokok yang harus ada yaitu dimana antara penjual dan pembeli harus ada kata sepakat tentang harga dan benda yang menjadi objek jual beli. Suatu perjanjian jual beli yang sah lahir apabila kedua belah pihak telah setuju mengenai harga dan barang. Sifat konsensual dari perjanjian jual beli ditegaskan dalam Pasal 1458 KUHPerdata yang berbunyi, “jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, maupun harganya belum dibayar.”¹⁰⁷

Syarat sahnya perjanjian jual beli juga diatur dalam Pasal 1320 KUHP yaitu setiap perjanjian agar secara sah mengikat bagi para pihak-pihak yang mengadakan harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu sebagai berikut:

a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;

Dengan sepakat dimaksudkan bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu tanpa paksaan, penipuan, dan kekhilafan. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak yang lain. Cara menutarakan kehendak ini bisa bermacam-macam. Dapat dilakukan secara tegas atau secara diam-diam, dengan tertulis atau dengan tanda.¹⁰⁸

¹⁰⁶Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Yogyakarta, FH UII Press, 2016, hlm. 3.

¹⁰⁷R.Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1995, hlm.2.

¹⁰⁸R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *op. cit.*, hlm. 339.

b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;

Unsur kedua adalah kecakapan untuk membuat suatu perikatan. Menurut pasal 1329 KUHPerdara setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Menurut pasal 1330 KUHPerdara, yang tidak cakap untuk membuat perjanjian ada tiga golongan, yaitu:

- 1) Anak yang belum dewasa
- 2) Orang yang berada dibawah pengampuan
- 3) Perempuan bersuami

Sekarang ini, setelah dikeluarkannya Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 3/1963 dan setelah berlakunya Undang-Undang Perkawinan Nomor 1/1974, tinggal dua golongan yang tidak cakap membuat perikatan, yaitu anak yang belum dewasa dan orang yang berada di bawah pengampuan.¹⁰⁹

c. Suatu hal tertentu;

Mengenai suatu hal tertentu yang artinya adalah objek perjanjian harus tertentu, setidaknya harus dapat ditentukan dan barang-barang yang akan ada di kemudian hari pun dapat menjadi obyek suatu perjanjian.¹¹⁰

d. Suatu sebab yang halal;

Menurut Subekti yang dimaksud dengan sebab dari suatu perjanjian adalah isi perjanjian itu sendiri, sedangkan menurut Abdul Kadir Muhammad, yang dimaksud dengan sebab adalah bahwa isi perjanjian

¹⁰⁹ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *op. cit.*, hlm. 341.

¹¹⁰ Djaja S. Meliala, *Perkembangan Hukum Perdata Tantang Benda dan Hukum Perikatan*, Bandung, Nuansa Aulia, 2008, hlm. 95.

tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.¹¹¹

Dua syarat pertama, disebut syarat subyektif, karena menyangkut subyeknya atau para pihak yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat terakhir adalah mengenai objeknya disebut syarat objektif. Dalam hal suatu perjanjian dibuat tidak memenuhi syarat subyektif (sepakat dan cakap), maka perjanjian itu dapat dibatalkan, sedangkan jika syarat objektif tidak dipenuhi maka perjanjian itu batal demi hukum.¹¹²

Selain itu, ada pula hak dan kewajiban para pihak dalam jual beli, yaitu:

a. Hak dan kewajiban penjual

Dalam Pasal 1474 KUHPerdara menentukan bahwa penjual memiliki kewajiban utama yaitu menyerahkan bendanya dan menanggungnya. Ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada dua kewajiban penjual, yaitu menyerahkan benda yang dijualnya dan menanggung atau menjamin.¹¹³ Sedangkan hak yang dimiliki oleh penjual adalah menuntut harga pembayaran atas barang-barang yang diserahkan kepada pembeli.¹¹⁴

b. Hak dan kewajiban pembeli

Kewajiban utama pembeli sebagaimana ditentukan Pasal 1513 KUHPerdara adalah membayar harga pembelian sebagaimana yang diatur

¹¹¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 1990, hlm. 93.

¹¹² Djaja S. Meliala, *op. cit.*, hlm. 95.

¹¹³ Ridwan Khairandy, *op. cit.*, hlm. 79.

¹¹⁴ A Qirom Syamsudin M, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Yogyakarta, Liberty, 1985, hlm. 44.

dalam perjanjian dan hak pembeli adalah menuntut penyerahan barang yang telah dibelinya dari si penjual.¹¹⁵

Hak dan kewajiban kedua belah pihak atau antara penjual dan pembeli tersebut ditentukan oleh adanya prestasi, jika prestasi itu kabur maka perjanjian tidak dapat dilaksanakan, sehingga dianggap tidak ada objek perjanjian, akibatnya syarat sahnya perjanjian tidak terpenuhi atau dapat dikatakan perjanjian tersebut batal demi hukum.¹¹⁶ Pengertian prestasi adalah sesuatu yang wajib dipenuhi oleh debitur dalam setiap perikatan, prestasi sama dengan objek perikatan. Prestasi merupakan kewajiban yang harus dipenuhi para pihak. Prestasi pokok tersebut dapat berwujud:

1. Benda;
2. Tenaga atau keahlian;
3. Tidak berbuat sesuatu.

Prestasi yang berupa benda yang harus diserahkan kepada pihak lain, apabila benda tersebut belum diserahkan, pihak yang berkewajiban menyerahkan benda tersebut berkewajiban merawat benda tersebut sebagaimana dia merawat barangnya sendiri atau yang sering disebut dengan “sebagai bapak rumah yang baik”. Sebagai konsekuensi dari kewajiban tersebut adalah apabila ia melalaikannya, maka dapat dituntut ganti rugi,

¹¹⁵ *Ibid.*, hlm. 46.

¹¹⁶ Abdulkadir Muhammad, *op. cit.*, hlm. 94.

apalagi kalau lalai menyerahkan barang tersebut.¹¹⁷ Dalam Pasal 1234 KUHPerdara terdapat 3 (tiga) macam prestasi, yaitu:¹¹⁸

1. Menyerahkan sesuatu;
2. Berbuat sesuatu; dan
3. Tidak berbuat sesuatu

Walaupun pada umumnya prestasi secara tegas ditentukan dalam perjanjian, tetapi prestasi tersebut juga dapat lahir karena kebiasaan, kepatutan, atau undang-undang. Oleh karena itu, apabila ada pihak yang tidak melakukan prestasi tersebut berarti telah terjadi ingkar janji atau disebut wanprestasi. Pengertian wanprestasi sendiri adalah tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan sebagaimana yang telah ditetapkan oleh perjanjian. Faktor penyebab wanprestasi ada 2 (dua), yaitu:

1. Karena kesalahan debitur, baik yang disengaja maupun karena kelalaian.
2. Karena keadaan memaksa (*evermacht*), di luar kemampuan debitur, sehingga debitur tidak bersalah.

Dalam pasal 1243 KUHPerdara, wanprestasi dapat berupa:

1. Sama sekali tidak memenuhi prestasi.
2. Prestasi yang dilakukan tidak sempurna.
3. Terlambat memenuhi prestasi.
4. Melakukan apa yang dalam perjanjian dilarang untuk dilakukan.

¹¹⁷ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta, Rajawali Pers, 2014, hlm. 68.

¹¹⁸ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *op. cit.*, hlm. 323.

Terjadinya wanprestasi mengakibatkan pihak lain (lawan dari pihak yang wanprestasi) dirugikan. Oleh karena pihak lain dirugikan akibat wanprestasi tersebut, pihak wanprestasi harus menanggung akibat dari tuntutan pihak lawan yang dapat berupa tuntutan pembatalan kontrak (disertai atau tidak disertai ganti rugi) dan pemenuhan kontrak (disertai atau tidak disertai ganti rugi).¹¹⁹

Tetapi dalam hal ini wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha bukan merupakan wanprestasi lagi melainkan sudah berubah menjadi perbuatan melawan hukum, karena UUPK menggantikan peraturan perundang-undangan yang lama. Pelaku usaha tersebut sudah melanggar kewajiban dan tanggungjawabnya sesuai yang tercantum di dalam UUPK. Perbuatan Melawan Hukum (*onrechtmatige daad*) dalam konteks perdata diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdata atau Burgerlijk Wetboek (“BW”), dalam Buku III BW, pada bagian “Tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan demi Undang-Undang”, yang berbunyi “Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.”¹²⁰

¹¹⁹ *Ibid.*, hlm. 323.

¹²⁰ <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana/>, diakses pada tanggal 13 Juli 2020 pukul 9.57 WIB.

D. Transaksi *Online*

Transaksi *online* adalah transaksi yang dilakukan penjual dan pembeli secara *online* melalui media internet, tidak ada perjumpaan atau pertemuan langsung antara pembeli dan penjual, sehingga transaksi jual beli dapat dilakukan melalui *handphone* sebagai media perantara yaitu barang dagangan yang dijual melalui internet.¹²¹

Transaksi *online* atau bisa disebut dengan jual beli di internet merupakan kegiatan bisnis perdagangan melalui internet atau dikenal dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)*. Secara bahasa, *electronic* berarti ilmu elektronika, alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi, sedangkan *commerce* adalah perdagangan atau perniagaan. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan pengertian *e-commerce* adalah perdagangan melalui alat elektronika dan teknologi.

Riyeke Ustadiyanto mengemukakan pendapatnya bahwa *e-commerce* sebagai suatu kontak untuk transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan internet. Sehingga, proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan bisnis *online* dengan menggunakan media elektronik yang keseluruhan baik pemasaran, pemesanan, pengiriman, dan transaksi jual beli dilakukan melalui internet.¹²²

¹²¹ Dini Setyorini, Ety Nurhayaty, dan Rosmita, *Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)*, *JMM Online*, Volume 3, No. 5, 2019, hlm. 503.

¹²² Riyeke Ustadiyanto, *Framework e-commerce*, Yogyakarta, Andi Offcet, 2001, hlm. 1.

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE), transaksi *online* atau transaksi jual beli melalui internet termasuk dalam transaksi yang menggunakan sistem elektronik, internet sehingga dalam undang-undang disebut sebagai transaksi elektronik. Hal ini tertera dalam Pasal 1 angka 2 UU ITE, bahwa transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.”¹²³ Para pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik, hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 17 UU ITE bahwa kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.¹²⁴

E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebagai media transaksi. Sehingga, transaksi online merupakan bagian dari teknologi tersebut yang merujuk pada ketentuan kaidah fiqh yang menyatakan bahwa:

الأصلُ في الأشياءِ إلا بآ حة حتى يَدُلَّ الدليلُ على التَّحريمِ

Artinya: Hukum asal dari sesuatu (benda) adalah mubah sampai ada dalil yang melarangnya mengharamkannya." (Imam As Suyuthi, dalam al Asyba'

¹²³ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 angka 2.

¹²⁴ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 angka 17.

wan Nadhoir: 43).¹²⁵ Berarti, dapat diambil kesimpulan bahwa hukum asal penggunaan teknologi internet untuk mengadakan jual beli secara *online* atau transaksi *online* adalah mubah selama tidak ada dalil yang mengharamkannya.¹²⁶

Menurut Islam, bisnis secara umum menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan barang tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan secara langsung atau diserahkan di kemudian hari sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi *as-salam* dan transaksi *al-istishna*.¹²⁷

Transaksi *as-salam* (*ba'i as-salam*) merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai atau disegerakan namun penyerahan barang ditangguhkan, sedangkan transaksi *al-istishna* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang yang ditangguhkan.¹²⁸ Berdasarkan pengertian tersebut, maka dalam islam jual beli *online* termasuk dari transaksi *ba'i as-salam*, yang mana keduanya memiliki kesamaan yaitu obyek transaksi ditangguhkan penyerahannya walaupun telah terjadi kesepakatan jual beli antara penjual dan pembeli.¹²⁹

¹²⁵ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang, UIN Maliki Press, 2011, hlm. 135.

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Al-daulah, Volume 6, No. 2, 2017, hlm. 373.

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam*, ULUMUDDIN, Volume VI, No. IV, 2010, hlm. 463

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/Pmk. 010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) Pasal 3 ayat (1) dan ayat (2) sebagai berikut:

- (1) Perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) atas barang dan/atau jasa di dalam Daerah Pabean dapat dilakukan melalui:
 - a. *Platform Marketplace*; atau
 - b. *Platform* selain *Marketplace* yang dapat berupa *online retail*, *classified ads*, *daily deals*, atau media sosial.
- (2) Perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) atas barang dan/atau jasa di dalam Daerah Pabean melalui *Platform Marketplace* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - a. Penyedia *Platform Marketplace* menyediakan layanan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) atas barang dan/atau jasa;
 - b. Pedagang atau Penyedia Jasa menggunakan fasilitas *Platform* yang disediakan oleh Penyedia *Platform Marketplace* untuk melakukan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*);
 - c. Pembeli barang atau penerima jasa melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa melalui Penyedia *Platform Marketplace*; dan

d. Pembayaran atas perdagangan barang dan jasa melalui sistem elektronik (*e-commerce*) oleh pembeli kepada Pedagang atau Penyedia Jasa dilakukan melalui Penyedia *Platform Marketplace*.¹³⁰

Marketplace diartikan sebagai suatu tempat dimana pelaku usaha membuat akun dan menggunakan akun tersebut untuk menjajakan berbagai macam barang atau produk yang akan dijual secara *online*. Fasilitas yang terdapat dalam jual beli *online* tersebut juga disediakan secara cuma-cuma oleh pihak *marketplace*, salah satu keuntungannya yaitu pelaku usaha tidak perlu membuat situs yang memerlukan biaya lebih atau toko *online* pribadi.¹³¹

Adapun beberapa perusahaan jual beli *online* yang termasuk dalam *e-commerce* seperti *lazada*, *tokopedia*, *shopee*, *olx*, *blibli*, dan masih banyak lagi. Selain *marketplace*, adapula *social media* yang menjadi tempat jual beli secara *online* yaitu seperti *facebook* dan *instagram*, namun penggunaan *marketplace* untuk jual beli *online* masih lebih tinggi daripada jual beli *online* melalui *social media*, dikarenakan *marketplace* lebih terjamin keamanannya bagi konsumen dari segi pembayaran, sehingga dapat meminimalisir kerugian yang diderita konsumen akibat dari kecurangan pelaku usaha.¹³²

Dalam hal ini, pelaku usaha yang dimaksud adalah pelaku usaha yang menjual barang atau produknya secara *online*. Pelaku usaha *online* merupakan setiap orang perorangan atau badan usaha yang melakukan sebagian aktivitas

¹³⁰ <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/210~PMK.010~2018Per.pdf>, diakses pada tanggal 4 Mei 2020 pukul 14.00 WIB.

¹³¹ Resa Nurlaela Anwar dan Aulia Afifah, *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)*, Volume 9, No. 1, 2016, hlm. 47.

¹³² *Ibid.*

atau seluruh aktivitasnya bisnisnya melalui internet. Aktivitas pelaku usaha *online* tersebut dapat berupa jual beli *online* dengan memperdagangkan suatu produk secara *online*, maupun menyediakan jasa secara *online*, serta masih banyak jenis bisnis lainnya yang dapat ditemukan secara *online* diberbagai bidang industri, sehingga dalam transaksi *online*, pelaku usaha dan konsumen tidak saling bertatap muka atau tidak saling bertemu karena segala aktivitas atau kegiatannya mulai dari memesan barang atau produk sampai barang dikirim ke tangan konsumen dilakukan melalui internet.¹³³

Ketentuan untuk menjadi pelaku usaha *online* adalah wajib mempunyai izin usaha, hal ini dikarenakan untuk menjamin keamanan, mencegah adanya kecurangan dari pihak pelaku usaha *online*, dan meminimalisir kerugian yang diderita konsumen. Ketentuan tersebut tertera dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) bahwa para pelaku usaha *online* diwajibkan untuk memiliki usaha yang berlaku pada tahun 2020. Oleh karena itu, pelaku usaha *online* yang sebelumnya sudah pernah memiliki izin usaha untuk kembali mendaftar ulang melalui OSS (*Online Single Submission*). Pendaftaran ulang berlaku untuk seluruh pelaku usaha yang memanfaatkan perdagangan secara *online*, mulai dari *platformnya* maupun pelaku usahanya. Bagi pelaku usaha besar seperti *marketplace* hanya perlu menunjukkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan bagi pelaku usaha perorangan hanya menunjukkan Kartu Tanda Penduduk

¹³³ <https://webhostmu.com/apa-itu-bisnis-online/>, diakses pada tanggal 3 Februari 2020 pukul 21.05 WIB.

(KTP). Apabila ada pelaku usaha *online* yang tidak melakukan pendaftaran ulang maka pemerintah akan memberikan sanksi berupa pencabutan SIUP.¹³⁴

Dalam transaksi *online* (*e-commerce*) juga melibatkan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pihak-pihak tersebut adalah pelaku usaha, konsumen, pihak perantara penagihan, perusahaan *credit card*, dan pihak ketiga netral yang memiliki hak untuk mengeluarkan sertifikat kepada pelaku usaha atau kepada konsumen. Apabila transaksi *online* tidak sepenuhnya dilakukan secara *online*, misalnya hanya proses transaksi saja yang dilakukan secara manual, maka pihak perantara penagihan, perusahaan *credit card*, dan pihak ketiga yang mengeluarkan sertifikat tidak terlibat di dalamnya. Selain itu, ada pula pihak yang secara tidak langsung ikut terlibat yaitu jasa pengiriman barang atau ekspedisi.¹³⁵ Oleh karena itu, pada dasarnya pihak-pihak tersebut dalam transaksi *online* atau jual beli elektronik masing-masing memiliki hak dan kewajiban yang saling terkait.

¹³⁴<https://www.cermati.com/artikel/bisnis-online-wajib-punya-izin-usaha-mulai-tahun-depan-berikut-cara-daftarnya>, diakses pada tanggal 3 Februari pukul 9.30 WIB.

¹³⁵ Dikdik M.Arief Mansur, Elisatris Gultom, *Cyber Law*, Bandung, Refika Aditama, 2005, hlm. 152.

BAB III

EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM JUAL BELI *ONLINE*

A. PRAKTEK PELAKSANAAN KERUGIAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *ONLINE* DI MASYARAKAT

Berdasarkan metode penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk dapat menemukan fakta yang sebenarnya terjadi di masyarakat dalam penuntutan ganti kerugian terhadap hak-hak konsumen yang telah dilanggar oleh pelaku usaha dalam jual beli secara *online* atau dalam transaksi *online*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data primer dengan kuesioner (angket) untuk mengetahui responden yang dapat disebut juga sebagai konsumen yang dimana mereka lebih memilih untuk tidak menggunakan haknya ketika haknya dilanggar oleh pihak pelaku usaha atau konsumen yang dirugikan. Penulis telah mengumpulkan kuesioner (angket) dengan responden sebanyak 100 orang agar mendapatkan hasil yang lebih akurat dan sesuai dengan teori sampel dan sampling menurut Arikunto yaitu sampel adalah bagian populasi yang hendak diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Sampel yang digunakan adalah sampel acak atau random sampling

yaitu mengambil sampel dengan cara mencampur subjek-subjek tanpa mempertimbangkan tingkatan dalam populasi.¹³⁶

Pada penelitian ini, penggunaan kuesioner merupakan hal yang pokok untuk mendapatkan dan mengumpulkan data. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survey dan memperoleh informasi dengan realibilitas dan validitas yang tinggi. Dalam standar penelitian, penggunaan kuesioner adalah 30-50 responden dan akan lebih baik dari 50 sehingga data yang diperoleh lebih tinggi standarnya.¹³⁷

Berdasarkan hasil penelitian di daerah Yogyakarta pada tanggal 13 November 2019 – 21 Februari 2020 yang telah terkumpul datanya oleh penulis, maka didapatkan fakta-fakta yang terjadi yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya Pengetahuan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan menggunakan kuesioner, terdapat 100 (seratus) orang responden yang terdiri dari:

- a. 64 responden yang mengalami kerugian setelah melakukan belanja *online* melalui *marketplace* dan *social media* merupakan pelajar/mahasiswa;
- b. 10 responden yang mengalami kerugian setelah melakukan belanja *online* melalui *marketplace* dan *social media* merupakan pegawai swasta;
- c. 10 responden yang mengalami kerugian setelah melakukan belanja *online* melalui *marketplace* dan *social media* merupakan pegawai negeri;

¹³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2010, hlm. 134-135.

¹³⁷ Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta, LP3Es 1985, hlm. 130.

- d. 6 responden yang mengalami kerugian setelah melakukan belanja *online* melalui *marketplace* dan *social media* merupakan Ibu Rumah Tangga (IRT);
- e. 5 responden yang mengalami kerugian setelah melakukan belanja *online* melalui *marketplace* dan *social media* merupakan wiraswasta; dan
- f. 5 responden sisanya yang mengalami kerugian setelah melakukan belanja *online* melalui *marketplace* dan *social media* merupakan seorang *driver* gojek, karyawan, guru, notaris, dan tenaga pendukung di pemerintah.

Kemudian dari 100 responden tersebut sebanyak 53 responden tidak mengetahui bahwa hak-hak mereka sebagai konsumen yang dirugikan tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sisanya, sebanyak 47 responden mengetahui bahwa hak-haknya sebagai konsumen yang dirugikan tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.¹³⁸

Sehingga berdasarkan kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak tahu atau tidak paham dengan adanya Pasal 4 huruf h Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang didalamnya tercantum hak-hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.¹³⁹ Dengan demikian, konsumen berada dalam posisi yang lemah.

¹³⁸ Hasil angket/kuesioner di daerah Yogyakarta tanggal 13 November 2019 – 21 Februari 2020.

¹³⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Konsumen seharusnya mendapatkan hak-haknya yang telah tercantum dalam UUPK, tetapi realita atau kenyataannya, hak-hak konsumen yang dilindungi dalam UUPK tersebut masih kurang disadari oleh konsumen, sehingga masih banyak kasus-kasus konsumen yang dirugikan oleh pihak pelaku usaha ketika sedang berbelanja *online*.

2. Kerugian yang Dialami Konsumen Setelah Melakukan Belanja *Online* di *Marketplace* dan di *Social Media*

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan menggunakan kuesioner, dari 100 responden yang mengalami kerugian setelah melakukan jual beli *online*. Dari 100 responden tersebut:

- a. 44 responden yang mengalami kerugian ketika melakukan belanja *online* dengan menggunakan *social media Instagram*,
- b. 17 responden mengalami kerugian ketika melakukan belanja *online* dengan menggunakan *social media Facebook*,
- c. 34 responden mengalami kerugian ketika melakukan belanja *online* dengan menggunakan *marketplace* seperti *Shopee*, *Lazada*, dan *Tokopedia*, dan
- d. sisanya sebanyak 5 responden mengalami kerugian ketika melakukan belanja *online* melalui situs *online* yaitu OLX.¹⁴⁰

Banyaknya responden yang mengalami kerugian ketika berbelanja *online* melalui *social media* seperti *Instagram* dan *Facebook* terjadi dikarenakan

¹⁴⁰ Hasil angket/kuesioner di daerah Yogyakarta tanggal 13 November 2019 – 21 Februari 2020.

ketidakamanan dan rawan akan kecurangan. Uang pembayaran dari pembeli/konsumen langsung dikirim ke rekening pelaku usaha sebelum barang diterima oleh konsumen, sehingga tidak ada jaminan keamanan untuk pembeli/konsumen setelah uang dikirim. Hal ini berbeda dengan *marketplace* yang keamanannya lebih terjamin bagi konsumen dari segi pembayaran, yang dimana pembayarannya melibatkan berbagai pihak, antara lain pihak perantara penagihan, perusahaan *credit card*, dan pihak ketiga netral yang memiliki hak untuk mengeluarkan sertifikat kepada pelaku usaha atau kepada konsumen.¹⁴¹

Selain *social media* dan *marketplace*, ada pula konsumen yang mengalami kerugian ketika berbelanja melalui situs *online* seperti OLX. OLX sangat berbeda dengan *social media* maupun *marketplace* karena OLX merupakan *media advertising online* atau lebih dikenal dengan media penyalur iklan baris, yang dimana OLX memberikan fitur memasang iklan gratis sehingga banyak pelaku usaha *online* yang tidak bertanggungjawab berbondong-bondong memasang iklan di situs OLX, bahkan iklan yang masuk kurang lebih ada sekitar 200.000 perhari. Perusahaan juga tidak bertanggungjawab atas transaksi dan pengiriman barang, karena OLX hanya sebuah media pemasangan iklan. Dengan demikian, situs *online* seperti OLX tersebut menjadi tidak aman dan rawan kecurangan karena banyaknya penipuan *online* atau pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab yang

¹⁴¹ Dikdik M. Arief, Elisatris Gultom, *op. cit.*, hlm. 152.

memasang iklan disitus tersebut dan berdampak kepada meruginya beberapa konsumen ketika berbelanja *online* melalui situs OLX.¹⁴²

Kerugian-kerugian yang telah dialami oleh konsumen ketika berbelanja online di *social media*, *marketplace* maupun di situs *online* OLX adalah antara lain:¹⁴³

- a. barang/produk tidak dikirimkan tetapi uang sudah ditransfer;
- b. barang/produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang diunggah oleh pelaku usaha;
- c. barang/produk salah ukuran (misal: barang yang dipesan berukuran XL tetapi barang yang datang berukuran S);
- d. barang/produk datang terlambat dan tidak sesuai dengan waktu yang diperjanjikan;
- e. barang/produk ternyata palsu; dan
- f. barang/produk mengalami kerusakan atau kecacatan sehingga tidak dapat digunakan.

Dari para konsumen yang mengalami kerugian tersebut, banyak konsumen yang enggan untuk melaporkan/mengadukan kerugian yang dialaminya, tetapi juga ada beberapa konsumen yang memilih menggunakan hak-haknya untuk melaporkan/mengadukan kerugian yang dialaminya, yaitu sebagai berikut:

¹⁴²<https://www.kompasiana.com/irvanoktaviandry/56e0260326b0bd7517c1739d/olx-penipuan-apa-itu-olx?page=all> diakses pada tanggal 4 Mei 2020 pukul 15.49 WIB.

¹⁴³ Hasil angket/kuesioner di daerah Yogyakarta tanggal 13 November 2019 – 21 Februari 2020.

- a. 38 responden memilih enggan melaporkan/mengadukan kerugian tersebut dikarenakan prosedur yang tidak efektif dan berbelit-belit.

Konsumen yang mengalami kerugian menjadi enggan menggunakan haknya sebagai seorang konsumen karena konsumen tersebut menganggap bahwa proses atau prosedur yang dilakukan ketika akan melaporkan/mengadukan sebuah kasus kerugian harus melewati berbagai proses yang panjang, rumit, dan berbelit-belit, sehingga prosedur pengaduan tersebut dinilai tidak efektif. Dengan demikian, menyebabkan konsumen enggan menggunakan haknya sebagai konsumen yang ingin menuntut ganti rugi.

- b. 22 responden memilih enggan untuk melaporkan/mengadukan kerugian tersebut dikarenakan tidak mengetahui tempat untuk melaporkan atau mengadukan.

Konsumen yang mengalami kerugian setelah melakukan belanja *online* menjadi enggan menggunakan haknya sebagai seorang konsumen disebabkan oleh kurangnya pengetahuan konsumen mengenai lembaga mana yang harus mereka datangi untuk melaporkan/mengadukan kerugian yang mereka alami tersebut. Sehingga konsumen akan merasa kesulitan untuk melaporkan/mengadukan kerugian tersebut, alhasil konsumen tersebut menjadi enggan untuk menggunakan hak-haknya.

- c. 15 responden memilih enggan untuk melaporkan/mengadukan kerugian tersebut karena menganggap hal tersebut membuang-buang waktu.

- d. 16 responden memilih enggan untuk melaporkan/mengadukan kerugian tersebut karena beralasan malas dan tidak memiliki alasan lain.
- e. 2 responden melaporkan/mengadukan kerugian tersebut kepada instansi lain yang berwenang.
- f. 2 responden melaporkan/mengadukan kerugian tersebut secara online.
- g. Sisanya, 5 responden mengadukan langsung ke pelaku usaha namun pihak pelaku usaha tersebut tidak memberikan respon atau tidak melakukan iktikad baik untuk membayar ganti kerugian kepada para konsumen yang telah dirugikan.

Perbuatan pelaku usaha yang tidak beritikad baik tersebut telah merugikan konsumen secara materiil maupun imateriil karena mengonsumsi atau menggunakan produk cacat, rusak atau palsu dan tidak ada iktikad baik, maka dalam hal ini pelaku usaha telah melanggar kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 7 UUPK antara lain:¹⁴⁴

- 1) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

¹⁴⁴ Eli Wuria Dewi, *op. cit.*, hlm. 61-62.

- 4) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku;
- 5) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
- 7) memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam hal ini pelaku usaha telah melanggar kewajibannya yang tercantum dalam angka 1, 6, dan 7.

Selain melanggar kewajiban pelaku usaha yang tercantum dalam Pasal 7 UUPK, pelaku usaha tersebut juga melanggar kewajibannya yang sebagaimana tercantum dalam Pasal 26 dan 27 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu sebagai berikut:¹⁴⁵

¹⁴⁵ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pasal 26

Pelaku Usaha wajib:

- a. melindungi hak-hak Konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan Konsumen; dan
- b. mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.

Pasal 27

- (1) Pelaku Usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi Konsumen.
- (2) Layanan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit mencakup:
 - a. alamat dan nomor kontak pengaduan;
 - b. prosedur pengaduan Konsumen;
 - c. mekanisme tindak lanjut pengaduan;
 - d. petugas yang kompeten dalam memproses layanan pengaduan; dan
 - e. jangka waktu penyelesaian pengaduan.

Sebenarnya tidak jarang konsumen yang sebenarnya mengetahui apa yang harus mereka lakukan ketika mengalami kerugian akibat dari berbelanja *online*, namun mereka menganggap bahwa kerugian tersebut bukan suatu masalah dan menganggap hal yang biasa. Padahal, penyelesaian permasalahan seperti melaporkan/mengadukan kerugian yang dialami konsumen tersebut merupakan bagian dari peningkatan kesadaran konsumen atas hak-haknya. Oleh karena itu, hal tersebut menunjukkan bahwa

kepedulian konsumen untuk mempertahankan hak-haknya masih kurang dan rendah.

Dilihat dari kuesioner yang telah didapatkan penulis tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor konsumen enggan untuk memperjuangkan hak-haknya, yaitu kurangnya pengetahuan konsumen sehingga berdampak pada ketidak sadaran konsumen akan hak-haknya, selain itu tingkat keberanian konsumen pun masih tergolong rendah untuk mengemukakan pendapatnya sehingga kerugian yang dialaminya itu tidak disampaikan secara sempurna, faktor lain yang juga mempengaruhi adalah kesibukan konsumen untuk mengadakan kerugian yang dialaminya tersebut sehingga merasa malas untuk mengikuti proses/prosedur pengaduan dan menganggap hal tersebut hanya membuang-buang waktu.

Untuk lebih jelasnya, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1.2 TABEL HASIL PENELITIAN KONSUMEN YANG TELAH MENGALAMI KERUGIAN KETIKA SEDANG BERBELANJA *ONLINE*

Penjelasan:

Alasan	Keterangan
1	Prosedur pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit
2	Tidak mengetahui tempat untuk melapor atau mengadakan kerugian yang dialaminya
3	Membuang-buang waktu
4	Malas
5	Mengadukan langsung ke pelaku usaha namun tidak ada respon

6	Melaporkan/mengadukan kepada instansi lain yang berwenang
7	Pengaduan <i>online</i>

No	Nama	Pekerjaan	Aplikasi yang Digunakan			Jumlah Nilai Transaksi	Menge-tahui UUPK Pasal 4 huruf h	Melakukan Pelaporan	Alasan
			<i>Insta-gram</i>	<i>Face-book</i>	<i>Shopee, Lazada, Tokopedia, OLX.</i>				
1	Rudi	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 90.000	✓	Tidak	1
2	Avifa K.	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp.450.000	-	Tidak	1
3	Halim	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 250.000	✓	Tidak	2
4	Amirah	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 85.000	-	Tidak	3
5	Velen	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 300.000	✓	Tidak	2
6	H. Ambyah	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 250.000	-	Tidak	2
7	Debora	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 88.000	-	Iya	5
8	Shelly Andini	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 280.000	✓	Tidak	1
9	M. Hanif Giovani	Driver Gojek			✓ (OLX)	Rp. 1.800.000	-	Tidak	1

10	Faidah Farihatul Fajriyah	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 200.000	-	Tidak	1
11	Ellen	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 96.000	-	Iya	6
12	Maharani	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 330.000	✓	Iya	7
13	Anis Ulfah	Karyawan	✓			Rp. 150.000	-	Iya	5
14	Isan	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 200.000	✓	Tidak	4
15	Dewinta	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 70.000	-	Tidak	1
16	Irhas Hery	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 450.000	✓	Tidak	2
17	Riko	Pegawai Swasta			✓	Rp. 1.300.000	-	Tidak	2
18	Widia Ratna Sari	Pegawai Negeri			✓	Rp. 480.000	✓	Tidak	1
19	Uzair Al-Idis	Guru			✓	Rp. 390.000	✓	Iya	6
20	Faishal Anas A.	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 1.000.000	-	Tidak	1
21	M. Surya Adi Baihaqi	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 600.000	✓	Iya	5
22	Ajnun	Pelajar/ Mahasiswa			✓ (OLX)	Rp. 100.000	-	Tidak	3
23	Lazuardi	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 200.000	-	Tidak	2

24	Ika Meyla	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 1.200.000	✓	Tidak	1
25	Wong Agung W.	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 130.000	-	Tidak	4
26	Iris Indira Murti	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 300.000	✓	Tidak	1
27	Erinda C.A.	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 180.000	-	Tidak	1
28	Dzaki	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 78.000	✓	Tidak	4
29	Yudha	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 350.000	✓	Tidak	1
30	Gusti Nadhirah Saliha	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 95.000	-	Tidak	1
31	Fajar	Pegawai Negeri			✓	Rp. 250.000	-	Iya	5
32	Latif	Pegawai Swasta			✓	Rp. 500.000	-	Tidak	1
33	Dhimas Andy Saputra	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 1.550.000	✓	Tidak	1
34	Deti	Pegawai Swasta			✓ (OLX)	Rp. 360.000	-	Tidak	1
35	Kukuh Rizki Hartanto	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 1.000.000	✓	Tidak	1
36	Endah W.	Pegawai Negeri		✓		Rp. 300.000	✓	Tidak	1
37	Fahrizal	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 380.000	-	Tidak	3

	Firman	Mahasiswa							
38	Ayu	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 400.000	✓	Tidak	3
39	Rini	Pegawai Negeri		✓		Rp. 500.000	-	Tidak	4
40	Irsya	Pegawai Swasta			✓	Rp. 400.000	✓	Tidak	2
41	Syuhada	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 250.000	-	Tidak	2
42	Yunita	Pegawai Swasta			✓	Rp. 350.000	✓	Tidak	1
43	Adila Kusuma- wati	Ibu Rumah Tangga		✓		Rp. 700.000	-	Tidak	1
44	J. Priyanto	Pegawai Negeri	✓			Rp. 480.000	-	Tidak	4
45	Leni	Pegawai Negeri	✓			Rp. 100.000	✓	Tidak	4
46	Alya Risma	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 200.000	✓	Tidak	2
47	Hendra	Pegawai Negeri	✓			Rp. 300.000	-	Tidak	4
48	Gilang Herdiani	Wiraswasta	✓			Rp. 1.000.000	✓	Tidak	3
49	Sofwan Hadi	Pegawai Swasta	✓			Rp. 260.000	-	Tidak	1
50	Indri Shaheda	Pegawai Negeri			✓	Rp. 400.000	✓	Tidak	1
51	Diana	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 70.000	✓	Tidak	4

52	Lutfi Rafsanjani	Pegawai Swasta	✓			Rp. 300.000	-	Tidak	1
53	Kokom Komala Sari	Ibu Rumah Tangga	✓			Rp. 470.000	✓	Tidak	1
54	Z. Silalahi	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 100.000	✓	Tidak	3
55	Mila	Pegawai Negeri	✓			Rp. 180.000	-	Tidak	3
56	Ranny Fitria Angraeni	Tenaga Pendukung di Pemerintahan			✓	Rp. 200.000	-	Tidak	1
57	Irimi	Ibu Rumah Tangga		✓		Rp. 200.000	✓	Tidak	4
58	Joni	Wiraswasta			✓	Rp. 700.000	-	Tidak	3
59	Riskava Zahra Nafisha	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 500.000	✓	Tidak	1
60	Santi	Ibu Rumah Tangga			✓	Rp. 90.000	✓	Tidak	4
61	Dini	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 400.000	-	Tidak	1
62	Syifa	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 85.000	-	Tidak	1
63	Fathya Irsalina M.	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 230.000	-	Tidak	1
64	Dhani	Ibu Rumah Tangga		✓		Rp. 500.000	-	Tidak	4

65	Nadilla Zafira	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 350.000	✓	Iya	7
66	Adelia Aryanti	Wiraswasta			✓	Rp. 1.200.000	-	Tidak	2
67	Amah	Notaris		✓		Rp. 300.000	✓	Tidak	1
68	Munawir	Pegawai Swasta			✓	Rp. 450.000	-	Tidak	3
69	Angga	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 630.000	✓	Tidak	2
70	Ismail	Pegawai Swasta	✓			Rp. 500.000	-	Tidak	2
71	Anindita	Pelajar/ Mahasiswa			✓ (OLX)	Rp. 100.000	✓	Tidak	3
72	Sekarini	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 250.000	-	Tidak	3
73	Maria S	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 179.000	-	Tidak	2
74	Devita Asri Hapsari	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 380.000	✓	Tidak	3
75	Irma Ayu	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 500.000	-	Tidak	2
76	Vina	Pelajar/ Mahasiswa			✓ (OLX)	Rp. 200.000	✓	Tidak	1
77	Nida Shofia Luqyana	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 470.000	-	Tidak	4
78	Widita	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 255.000	✓	Tidak	1
79	Jihan P.	Pelajar/		✓		Rp. 200.000	-	Tidak	2

		Mahasiswa							
80	Inan	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 450.000	-	Tidak	2
81	Nova Aliffah	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 100.000	-	Tidak	2
82	Modis	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 540.000	-	Iya	5
83	Lifinia Nur A.	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 600.000	✓	Tidak	3
84	Berlian Arafah	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 280.000	✓	Tidak	1
85	Rachma- wati G.P.	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 170.000	-	Tidak	2
86	Citra	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 200.000	-	Tidak	3
87	Viola	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 250.000	✓	Tidak	4
88	Firosyan	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 310.000	✓	Tidak	2
89	Ilham	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 200.000	-	Tidak	2
90	Nizam	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 500.000	-	Tidak	3
91	Faqih	Pelajar/ Mahasiswa		✓		Rp. 320.000	-	Tidak	4
92	Fikar	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 100.000	✓	Tidak	2
93	Maryati	Ibu Rumah Tangga			✓	Rp. 190.000	✓	Tidak	1
94	Nur	Pegawai			✓	Rp. 800.000	-	Tidak	4

	hasanah	Swasta							
95	Feri D.	Wiraswasta	✓			Rp. 500.000	-	Tidak	1
96	Algisha Aufar	Pelajar/ Mahasiswa			✓	Rp. 300.000	✓	Tidak	1
97	Elma Kahfia	Pelajar/ Mahasiswa	✓			Rp. 80.000	-	Tidak	2
98	Ade K.	Wiraswasta			✓	Rp. 100.000	✓	Tidak	1
99	Ade Irma	Pegawai Swasta	✓			Rp. 250.000	✓	Tidak	4
100	Mahatva Yodha	Pegawai Negeri	✓			Rp. 750.000	✓	Tidak	1

Dengan berdasarkan hasil angket/kuesioner penulis di atas, terdapat 7 alasan yang menyebabkan para responden enggan untuk menggunakan hak-haknya sebagai konsumen yang mengalami kerugian ketika berbelanja melalui *marketplace* atau *social media*. Alasan terbanyak adalah konsumen menganggap bahwa prosedur pelaporan/pengaduan yang tidak efektif dan berbelit-belit, kemudian alasan kedua yang paling banyak menurut konsumen adalah para konsumen tidak mengetahui tempat/lembaga untuk melapor/mengadukan kerugian yang dialaminya, alasan selanjutnya adalah konsumen enggan untuk melaporkan/mengadukan kerugian yang dialaminya karena hal tersebut membuang-buang waktu dan adanya rasa malas yang dirasakan oleh konsumen, rasa malas ini juga didasari oleh biaya pelaporan/pengaduan yang tidak sebanding dengan biaya kerugian yang dialami konsumen. Sehingga, Pasal 4 UUPK belum berjalan secara maksimal di masyarakat dikarenakan para konsumen yang mengalami kerugian ketika

berbelanja secara *online* masih banyak yang tidak memahami bahwa hak-haknya dilindungi dalam UUPK dan juga para konsumen enggan untuk menggunakan hak-haknya.

B. EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM JUAL BELI *ONLINE*

Pengertian efektivitas secara umum dapat adalah efektivitas merupakan suatu sasaran atau tujuan yang dikehendaki telah tercapai maka hal tersebut dapat dikatakan efektif, sebaliknya apabila sasaran tidak tercapai maka dapat dikatakan tidak efektif. Sehingga, semakin banyak rencana dan tujuan yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif.¹⁴⁶

Efektivitas hukum membahas daya kerja hukum dalam mengatur dan/atau memaksa masyarakat untuk taat terhadap hukum. Hukum dapat efektif jika faktor-faktor yang mempengaruhi hukum tersebut dapat berfungsi secara maksimal. Ukuran efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat dilihat melalui perilaku masyarakat. Suatu hukum atau peraturan perundang-undangan akan efektif apabila warga masyarakat berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan atau yang dikehendaki oleh hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut mencapai tujuan yang

¹⁴⁶ <https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>, *op. cit.*, diakses pada tanggal 21 Januari 2020 pukul 15.17 WIB.

dikehendaki, maka efektivitas hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut telah tercapai secara maksimal.¹⁴⁷

Menurut Bronislav Malinoswki yang dikenal sebagai *Father of Social Anthropology*, mengemukakan bahwa teori efektivitas pengendalian sosial atau hukum, hukum dalam masyarakat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu masyarakat primitif dan masyarakat modern, yang merupakan masyarakat yang perekonomiannya berdasarkan pasar yang sangat luas, spesialisasi di bidang industri dan pemakaian teknologi canggih. Dalam masyarakat modern juga hukum yang dibuat dan ditegakkan oleh pejabat yang berwenang.¹⁴⁸

Pandangan lain mengenai efektivitas hukum juga dikemukakan oleh Clarence J. Dias bahwa:

An effective legal system may be describe as one in which there exists a high degree of congruence between legal rule and human conduct. Thus anda effective legal system will be characterized by minimal disparity between the formal legal system and the operative legal system is secured by:

1. *The intelligibility of it legal system.*
2. *High level public knowledge of the conten of the legal rules.*
3. *Efficient and effective mobilization of legal rules.*
 - a. *a commited administration; and*
 - b. *citizen involvement and participation in the mobilization process.*
4. *Dispute sattlement mechanisms that are both easily accessible to the public and effective in their resolution of disputes.*

¹⁴⁷ Soerjono Soekanto, *op. cit.*, hlm. 82.

¹⁴⁸ Salim, H.S dan Erlies Septiana Nurbani, *op.cit.*, hlm. 308.

5. *A widely share perception by individuals of the effectiveness of the legal rules and institutions.*¹⁴⁹

Pendapat tersebut dijelaskan Clarence J. Dias dalam Marcus Priyo Guntarto sebagai berikut, terdapat 5 (lima) syarat efektif atau tidaknya suatu sistem hukum meliputi:

1. Mudah atau tidaknya makna isi aturan-aturan itu ditangkap.
2. Luas tidaknya kalangan di dalam masyarakat yang mengetahui isi aturan-aturan yang bersangkutan.
3. Efisien dan efektif tidaknya mobilisasi aturan-aturan hukum dicapai dengan bantuan aparat administrasi yang menyadari melibatkan dirinya kedalam usaha mobilisasi yang demikian, dan masyarakat yang terlibat dan merasa harus berpartisipasi dalam proses mobilisasi hukum.
4. Adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak hanya harus mudah dihubungi dan dimasukkan oleh setiap warga masyarakat, akan tetapi harus cukup efektif menyelesaikan sengketa.
5. Adanya anggapan dan pengakuan yang cukup merata di kalangan warga masyarakat yang beranggapan bahwa aturan-aturan hukum itu memang sesungguhnya mampu efektif.¹⁵⁰

Beberapa hal yang mempengaruhi efektivitas UUPK terhadap bisnis *online* yaitu: (1) Struktur: yang dimaksud adalah pemerintah. Dalam hal ini pemerintah membuat kebijakan berupa UUPK supaya pelaksanaan

¹⁴⁹ Clarence J. Dias, *Research on Legal Service and Poverty: it's Relevance to the Design of Legal Service Program in Developing Countries*, Wash. U.L. Q 147 (1975). P. 150.

¹⁵⁰ Marcus Priyo Gunarto, *Kriminalisasi dan Penalisisasi dalam Rangka Fungsionalisasi Perda dan Retribusi*, Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang, 2011, hlm. 71, dikutip Salim H.S dan Erlies Septiana Nurbani, *op. cit.*, hlm. 308.

perlindungan konsumen dapat terlaksana dengan baik apabila melakukan transaksi dengan memanfaatkan media *online*. Namun, pada kenyataannya masih ada pelaku usaha yang melanggar tanggungjawabnya sebagai pelaku usaha dan berakibat merugikan konsumen, dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan tersebut kurang merespon mengenai pelanggaran yang terjadi di masyarakat. Khususnya dalam hal jual beli secara *online* atau bisnis *online*, pemerintah kurang responsif atas perkembangan masyarakat di dunia transaksi *online*, sehingga sejak tahun 1999 belum ada perubahan/pembaharuan dalam UUPK terkait transaksi *online*. (2) Substansi: substansi merupakan hukum yang berlaku. Dalam hal ini hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen khususnya konsumen yang menggunakan media *online* untuk berbelanja. Menurut Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), kebijakan yang tercantum dalam UUPK dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) masih kurang mumpuni untuk melindungi konsumen khususnya ketika konsumen bertransaksi menggunakan media *online*. Misalnya, ketika konsumen membeli barang melalui *marketplace* atau *social media*, terkadang barang yang datang memiliki ukuran atau warna yang berbeda dengan yang diunggah pelaku usaha di media *online* tersebut, dengan adanya hal seperti itu konsumen mengalami kerugian. Walaupun, pelaku usaha memberikan ganti rugi berupa penukaran dengan barang lain, tetapi ongkos kirim masih ditanggung oleh konsumen yang mengalami kerugian tersebut. Hal teknis seperti itulah yang terkadang terjadi di masyarakat ketika berbelanja melalui media *online*, dan belum ada aturan yang

mengatur hal-hal semacam itu. Seharusnya, ganti rugi harus diberikan secara penuh oleh pelaku usaha kepada konsumen. (3) Kultur: kultur dalam hal ini adalah kultur dari pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah. Kultur dari pelaku usaha, khususnya pelaku usaha *online* yang telah berusaha untuk memberikan perlindungan kepada konsumen berupa garansi produk atau penukaran barang dengan barang yang baru. Tetapi, untuk ketentuan lainnya pelaku usaha masih kurang memahami kebijakan yang ada, sehingga masih sangat memungkinkan terjadinya kerugian konsumen di kemudian hari. Kultur konsumen yang dapat dilihat dari hasil kuesioner/angket penulis, dari 100 responden sebanyak 53 kurang mengetahui dan kurang memahami mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen sebagaimana yang telah tercantum dalam UUPK. Kebanyakan dari para konsumen hanya diam saja apabila mengalami kerugian, hal ini dikarenakan konsumen tidak mengetahui tempat/lembaga mana yang harus dituju untuk melaporkan/mengadukan kerugian yang mereka alami, selain itu juga para konsumen menganggap bahwa prosedur pengaduan yang terlalu panjang, berbelit-belit yang tidak memudahkan konsumen, serta biaya untuk proses pengaduan yang menjadi alasan para konsumen enggan menggunakan hak-haknya.¹⁵¹ Kultur yang terakhir adalah kultur dari pemerintah, yaitu dalam ini pemerintah sebagai pembuat kebijakan lebih condong kepada transaksi konvensional, sehingga kurang memperhatikan perkembangan teknologi informasi berupa transaksi *online* atau jual beli *online*. Dengan demikian,

¹⁵¹ Hasil angket/kuesioner di daerah Yogyakarta tanggal 13 November 2019 – 21 Februari 2020.

perlindungan konsumen yang memanfaatkan media *online* pun masih kurang.¹⁵²

Selain hal-hal tersebut di atas, faktor penegak hukum juga mempengaruhi efektivitas UUPK dalam jual beli *online*. Kecenderungan yang kuat di kalangan masyarakat untuk mengartikan hukum sebagai petugas atau penegak hukum, artinya hukum diidentikkan dengan tingkah laku nyata petugas atau penegak hukum. Sering timbul persoalan karena sikap atau perlakuan yang dipandang melampaui wewenang atau perbuatan lainnya yang dianggap melunturkan citra dan wibawa penegak hukum. Hal ini disebabkan oleh kualitas yang rendah dari aparat penegak hukum itu sendiri.¹⁵³ Penegak hukum dalam perlindungan konsumen yang ada saat ini belum mampu melakukan tugas dan kewenangannya dengan baik, karena beberapa konsumen yang melaporkan/mengadukan kerugian tersebut, aduannya tidak ditindaklanjuti oleh aparat, hal ini juga terkendala dari segi biaya yang tidak seberapa dengan biaya kerugian yang dialami oleh konsumen.

Sebagai pihak yang mengonsumsi suatu produk atau sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan mengenai hak-hak konsumen sangat penting untuk diketahui agar orang dapat bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Hal ini bertujuan apabila terdapat tindakan yang tidak adil yang menimpa dirinya, maka secara spontan akan menyadari hal itu. Hal itu membuat konsumen tidak hanya tinggal diam

¹⁵² Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*, Jurnal Serambi Hukum, Volume 11, No. 01, 2017, hlm. 36-38.

¹⁵³ Achamd Ali, *op. cit.*, 2009, hlm. 21.

tetapi dapat bertindak lebih jauh untuk memperjuangkannya hak-haknya yang telah dilanggar oleh pelaku usaha.¹⁵⁴

Dalam penelitian ini penulis akan lebih berfokus pada pada Pasal 4 huruf h UUPK yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Lebih lanjut menjelaskan bahwa hak atas kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang dan/atau jasa yang memenuhi harapan konsumen. Hak-hak ini sangat berkaitan dengan penggunaan barang atau produk yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materi, atau kerugian immateriil yang berupa sakit, cacat, bahkan bisa terjadi kematian yang dialami konsumen.¹⁵⁵

Konsumen yang mengalami kerugian secara materiil maupun imateriil karena mengonsumsi atau menggunakan produk cacat akan memberikan konsekuensi berupa tanggungjawab yang dibebankan kepada pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK, tanggungjawab pelaku usaha meliputi:¹⁵⁶

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan.

Misalnya, barang yang dibeli rusak sehingga harus diperbaiki atau diganti. Biaya perbaikan atau penggantian merupakan kerugian konsumen.¹⁵⁷

¹⁵⁴ Happy Susanto, *op.cit.*, hlm. 22.

¹⁵⁵ Rochani Urip Salami, I Ketut Nurjaya, Krishnoe Kartika, *op. cit.*, hlm. 151.

¹⁵⁶ Fabian Fadhly, *op.cit.*, hlm. 238.

¹⁵⁷ Janus Sidabalok, *op. cit.*, hlm. 140.

2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran.

Misalnya, barang yang dibeli disimpan bersama dengan barang lain dan merusak barang lain sehingga harus diperbaiki atau diganti. Biaya perbaikan atau penggantian merupakan kerugian konsumen.¹⁵⁸

3. Tanggung jawab ganti kerugian akibat mengonsumsi.

Misalnya, makanan yang dibeli atau yang dikonsumsi mengakibatkan sakit perut sehingga perlu dirawat di rumah sakit. Biaya perawatan ini merupakan kerugian konsumen.¹⁵⁹

Pasal 19 ayat (2) UUPK juga mengatur bentuk ganti rugi yang dapat diperoleh konsumen, yaitu:¹⁶⁰

“Ganti rugi sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa, sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Sehingga, pada dasarnya para konsumen yang telah mengalami kerugian akibat berbelanja *online* melalui *marketplace*, *social media*, dan situs *online* seperti OLX dapat menggunakan haknya untuk menuntut kerugian tersebut dengan melakukan pengaduan, namun karena masih kurangnya pemahaman masyarakat dalam menggunakan hak-haknya yang sesuai dengan Pasal 4 UUPK, dan beberapa alasan konsumen seperti tidak mengetahui lembaga mana yang harus dituju ketika akan melaporkan/mengadukan suatu kerugian yang dialaminya, kemudian prosedur pelaporan/pengaduan yang berbelit-belit, dan

¹⁵⁸ *Ibid.*

¹⁵⁹ *Ibid.*

¹⁶⁰ Fabian Fadhly, *op. cit.*, hlm. 238.

lain-lain, sehingga konsumen menjadi enggan untuk menggunakan hak-hak mereka yang telah tercantum dalam UUPK.

Dari penjelasan mengenai hak-hak konsumen tersebut dapat dilihat bahwa konsumen telah diberikan perlindungan oleh undang-undang. Setiap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dapat menyelesaikan perkaranya dengan cara-cara yang sudah tercantum dalam Pasal 45 ayat 2 UUPK yaitu:

1. Cara damai.

Jalan damai untuk menyelesaikan sengketa konsumen ini tidak melibatkan BPSK ataupun pengadilan. Konsumen dan pelaku usaha hanya menyelesaikannya secara kekeluargaan.

2. Cara menyelesaikan sengketa melalui pengadilan.

Konsumen juga dapat memilih penyelesaian melalui pengadilan, yang mana wajib mengikuti aturan-aturan di pengadilan umum, sehingga segala keputusan berada di tangan majelis yang menangani sengketa konsumen dan pelaku usaha.

3. Penyelesaian perkara melalui BPSK.

Setiap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dapat menggunakan haknya yang dimiliki untuk mendapatkan keadilan berupa ganti rugi, dalam hal ini konsumen dapat menyelesaikan sengketanya dengan pelaku usaha melalui BPSK yang dapat mempermudah, mempercepat, dan menekan biaya untuk penegakan hukum. Sesuai dengan Pasal 1 butir 11 UUPK yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas

menangani dan menyelesaikan kasus sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang berskala kecil dan sederhana.¹⁶¹

Berikut merupakan alur penyelesaian sengketa melalui BPSK.¹⁶²

a. Tahap Pertama – Pengajuan Gugatan

Pengajuan gugatan dapat dilakukan oleh konsumen yang diajukan ke BPSK terdekat dari tempat tinggal penggugat. Apabila konsumen tidak dapat mengajukan permohonan sendiri, maka diperkenankan untuk mengirim kuasanya. Pengajuan permohonan gugatan tersebut dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis, kemudian diserahkan ke sekretariat BPSK, dan BPSK memberikan tanda terima tertulis sebagai bukti telah menerima. Apabila permohonan tersebut memenuhi kriteria, maka BPSK wajib memanggil tergugat (pelaku usaha), pemanggilan tersebut berupa surat tertulis yang dilampiri gugatan konsumen.

b. Tahap Kedua – Pemilihan Metode Penyelesaian Sengketa Konsumen

Metode ini harus disepakati oleh kedua belah pihak, yaitu antara lain:

1) Mediasi.

Proses ini digunakan untuk menyelesaikan sengketa konsumen di pengadilan melalui BPSK. Dalam hal ini fungsi BPSK hanya sebagai penasihat, dan penyelesaian masalah diserahkan kepada pihak yang bersengketa.

¹⁶¹ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan BPSK*, Malang, UB Press, 2011, hlm. 67.

¹⁶² <https://smartlegal.id/galeri-hukum/perlindungan-konsumen/2019/01/02/apa-peranan-badan-penyelesaian-sengketa-konsumen-indonesia/>, diakses pada tanggal 19 Mei 2020 pukul 15.25 WIB.

2) Konsiliasi

Metode ini digunakan dalam penuntasan masalah konsumen di luar pengadilan. Majelis bertugas untuk mendamaikan pihak yang bersengketa, tetapi majelis hanya sebagai konsiliator (pasif), kemudian hasil putusan diserahkan kepada pihak penggugat dan tergugat.

3) Arbitrase.

Dalam metode arbitrase, para majelis berlaku aktif dalam menyelesaikan perkara pihak yang bersengketa. Khusus arbitrase, penyelesaian masalah dilakukan melalui pengadilan negeri dan kasasi Mahkamah Agung, karena putusan akhir berada di tangan Mahkamah Agung, dan pengaduan dianggap selesai ditahap ini.

c. Tahap Ketiga – Putusan Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha

Putusan yang ditetapkan oleh majelis BPSK terdiri dari dua hal berikut:

1) Putusan BPSK untuk metode penyelesaian dengan konsoliasi dan mediasi.

Putusan ini berisi perjanjian damai tanpa disertai sanksi administratif. Perjanjian tersebut disepakati dan ditandatangani oleh pihak yang bersengketa.

2) Putusan BPSK untuk metode arbitrase.

Putusan tersebut memuat putusan perdata serta memuat duduk perkara disertai pertimbangan hukum.

Dalam hal sengketa konsumen, bahwa dalam 5 (lima) tahun terakhir ada beberapa kasus tentang transaksi *online shop* yang ditangani oleh BPSK DIY yang merugikan konsumen, ada beberapa kasus yang mana konsumen sering mengalami kerugian baik secara materil maupun immateriil. Jenis pelanggaran yang sering dialami oleh konsumen salah satunya adalah pelanggaran terhadap pencantuman klausula baku dalam iklan produk melalui internet yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen tersebut dan masalah produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan yang diterima oleh konsumen, sehingga apabila terdapat konsumen yang merasa haknya dilanggar atau terabaikan, maka dapat melaporkan/mengadukan hal ini kepada BPSK.¹⁶³ Berikut adalah rincian sengketa penyelesaian konsumen yang dilakukan BPSK.¹⁶⁴

1.3 Penyelesaian Sengketa di BPSK Kota Yogyakarta sampai Akhir

Tahun 2019

No	Tahun	Konsultasi/Aduan	Aduan Resmi	Mediasi	Konsiliasi	Arbitrase
1	2017	43	6	6	0	2
2	2018	48	4	4	0	0
3	2019	40	3	1	0	1

¹⁶³ Sela Rezando, Skripsi: “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Shop Produk Fashion (Dalam Negeri) Melalui Instagram.*” (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

¹⁶⁴ Febri Aidil Setiawan, Skripsi: “*Pengembangan Pola Konsultasi Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui BPSK Kota Yogyakarta*” (Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan, 2019).

Sampai bulan april 2020 konsumen yang mengalami kerugian banyak yang tidak melaporkan/mengadukan kepada BPSK namun lebih memilih melaporkan/mengadu dengan pengaduan *online* dan mengadu melalui instansi lain yang berwenang, yaitu kepada Polda DIY yang menerima 4 (empat) laporan konsumen yang dirugikan jutaan rupiah karena diakibatkan membeli masker secara *online*. Konsumen lain juga mengalami kerugian yaitu setelah melakukan transaksi *online* untuk pembelian masker, tetapi konsumen tersebut tidak pernah menerima masker yang dibelinya. Kasus lain yang paling berbahaya adalah adanya penjualan kembali masker bekas. Hal tersebut jelas merugikan konsumen.¹⁶⁵

Dengan adanya BPSK, seharusnya semakin mempermudah konsumen dalam hal pelaporan/pengaduan atas kerugian yang dialaminya dikarenakan perbuatan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Namun, pada kenyataannya berdasarkan kuesioner yang telah didapatkan oleh penulis, respon para konsumen terhadap BPSK sangat kurang dan bahkan banyak dari para konsumen yang tidak mengetahui adanya lembaga pengaduan seperti BPSK, dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen mengenai adanya lembaga pengaduan tersebut, maka peran BPSK menjadi tidak maksimal dalam melakukan kinerjanya untuk membantu masyarakat atau konsumen yang mengalami kerugian. Selain itu, berdasarkan kuesioner yang telah didapatkan oleh penulis, beberapa konsumen juga menganggap bahwa prosedur pelaporan/pengaduan berbelit-belit sehingga menjadi tidak efektif.

¹⁶⁵<https://www.cips-indonesia.org/post/opini-hari-konsumen-nasional-perlindungan-konsumen-online-lemah-di-tengah-pandemi-covid-19>, diakses pada 12 Juli 2020 pukul 13.41 WIB.

Dalam hal ini yang menjadi kendala adalah ketika BPSK memanggil pelaku usaha, dikarenakan pelaku usaha yang bersangkutan adalah pelaku usaha *online* yang menjual barang/produk secara *online* melalui *marketplace*, *social media*, dan situs *online*, maka pelaku usaha *online* tersebut terutama dari *social media* kebanyakan pelaku usaha tersebut belum mempunyai izin usaha yang wajib didaftarkan ulang melalui OSS (*Online Single Submission*). Selain tidak memiliki izin usaha, pelaku usaha *online* tersebut tidak merespon pelaporan/pengaduan dari konsumen yang mengalami kerugian, sehingga hal tersebut akan menyulitkan konsumen untuk melakukan pemanggilan berupa surat gugatan tertulis karena tidak mengetahui alamat pelaku usaha ataupun alamat toko pelaku usaha. Hal lain yang juga mempengaruhi konsumen untuk tidak menggunakan hak-haknya adalah faktor biaya yang membuat konsumen menjadi enggan untuk menuntut kerugian yang dialaminya, karena kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut tidak sebanding dengan biaya untuk melakukan penyelesaian sengketa di lembaga seperti BPSK.

Berdasarkan hasil penelitian di masyarakat dengan menggunakan angket/kuesioner serta dihubungkan dengan pengertian efektivitas, yang mana ukuran efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat dilihat melalui perilaku masyarakat. Suatu hukum/peraturan perundang-undangan akan efektif apabila warga masyarakat berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan atau yang dikehendaki oleh hukum/peraturan perundang-undangan tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki, maka efektivitas hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut telah tercapai secara maksimal.

Akan tetapi hal tersebut berbeda dengan apa yang terjadi di masyarakat, kebanyakan masyarakat tidak mengerti/tidak mengetahui adanya peraturan perundang-undangan yang berlaku, sehingga masyarakat kesulitan untuk mengetahui makna isi aturan-aturan itu ditangkap. Oleh karena itu, menurut penulis Pasal 4 UUPK tersebut kurang berjalan secara efektif di masyarakat. Pasal 4 UUPK dapat dijalankan ketika adanya pelaporan/pengaduan yang dilakukan oleh para konsumen yang mengalami kerugian ketika berbelanja melalui media *online* seperti pada angket/kuesioner di atas. Ketidakefektifan tersebut dipengaruhi atau disebabkan oleh beberapa keadaan, yaitu keadaan dari sisi konsumen yang mana mereka enggan menggunakan hak-haknya karena terdapat 2 (dua) alasan yang paling mempengaruhi.

Alasan yang pertama adalah para konsumen menganggap bahwa prosedur pelaporan/pengaduan dilakukan dengan proses yang panjang dan berbelit-belit sehingga menyulitkan konsumen serta prosedur pengaduan tersebut menjadi tidak efektif. Alasan kedua yang mempengaruhi konsumen enggan untuk melaporkan/mengadukan adalah mereka/para konsumen tersebut tidak mengetahui tempat yang harus dituju ketika konsumen mengalami kerugian ketika sedang berbelanja *online*. Kebanyakan konsumen cenderung untuk tidak memperdulikan hak-haknya tersebut sehingga enggan untuk melakukan upaya hukum. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan angket/kuesioner, dari 100 responden sebanyak 53 responden tidak mengetahui bahwa hak-hak mereka sebagai konsumen tercantum dalam Pasal 4 UUPK, dan sisanya 47 responden mengetahui bahwa hak-haknya sebagai konsumen yang dirugikan

tercantum dalam Pasal 4 UUPK. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan para konsumen mengenai hak-haknya yang tercantum dalam Pasal 4 UUPK dan dapat diperjuangkan untuk meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha yang bersangkutan. Hal tersebut membuat para konsumen berada pada posisi yang lemah dan kerugian ketika berbelanja melalui media *online* tersebut hanya dibiarkan saja karena konsumen tidak mengetahui bagaimana cara mengadu dan dimana tempat yang harus dituju ketika sedang mengalami kerugian.

Selain keadaan dari sisi konsumen, keadaan dari sisi biaya juga mempengaruhi para konsumen yang enggan memperjuangkan hak-haknya ketika mengalami kerugian ketika berbelanja melalui media *online* yang berdampak pada tidak berjalannya Pasal 4 UUPK tersebut. Kerugian yang dialami konsumen tidak sebanding dengan biaya untuk melakukan penyelesaian sengketa atau mengajukan gugatan ganti rugi di lembaga BPSK. Biaya mengajukan gugatan ganti rugi tersebut terbilang cukup mahal sehingga hal tersebut sangat memberatkan konsumen ketika ingin menggunakan dan memperjuangkan hak-haknya dengan cara menuntut ganti kerugian serta berdampak pada konsumen yang enggan untuk memperjuangkan hak-haknya dan lebih memilih membiarkan kerugian yang dialaminya tersebut.

Kemudian keadaan lain yang mempengaruhi adalah dari sisi mekanisme/sistem pelaporan/pengaduan. Konsumen menganggap prosedur pelaporan/pengaduan tersebut panjang dan dapat mempersulit konsumen. Hal tersebut dikarenakan dalam proses pengajuan gugatan pihak BPSK harus

memanggil pelaku usaha dengan dilampiri gugatan konsumen. Pemanggilan pelaku usaha tersebut merupakan kendala yang dialami oleh konsumen, karena pelaku usaha yang bersangkutan adalah pelaku usaha *online* yang menjual barang/produk secara *online* melalui *marketplace*, *social media*, dan situs *online*. Pelaku usaha *online* tersebut yang khususnya dari *social media*, kebanyakan dari pelaku usaha tersebut yang belum mempunyai izin usaha yang wajib didaftarkan ulang melalui OSS (*Online Single Submission*). Pelaku usaha *online* tersebut juga tidak merespon pelaporan/pengaduan dari konsumen yang mengalami kerugian, sehingga hal tersebut akan menyulitkan konsumen untuk melakukan pemanggilan berupa surat gugatan tertulis karena tidak mengetahui alamat pelaku usaha ataupun alamat toko pelaku usaha.

Selain pelaporan/pengaduan dengan mengajukan gugatan ganti rugi, pelaporan/pengaduan juga dapat dilakukan melalui pengaduan *online* yang tersedia seperti *kredibel.co.id*, *lapor.go.id*, dan *cekrekening.id*, namun pengaduan *online* tersebut hanya dapat mengadukan nomor rekening pelaku usaha yang sudah mengakibatkan kerugian kepada konsumen atau pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab. Akan tetapi pengaduan *online* tersebut tidak dapat melakukan ganti kerugian seperti penukaran barang atau pengembalian uang kepada konsumen yang mengalami kerugian, sehingga prosedur pengaduan konsumen secara *online* tersebut juga kurang berjalan dengan baik dan konsumen masih tetap mengalami kerugian.

Selain beberapa keadaan yang telah disebutkan di atas, terdapat juga faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas UUPK terhadap bisnis *online*

yaitu adanya faktor struktur pemerintah sebagai pembuat kebijakan yang kurang peka terhadap perkembangan teknologi disebabkan karena tidak ada perubahan atas perundang-undangan sejak tahun 1999, sehingga dalam undang-undang tersebut belum memberikan secara teknis aturan perlindungan konsumen ketika bertransaksi melalui media *online*. Faktor yang kedua adalah faktor substansi atau faktor hukum karena sejauh ini aturan yang lebih teknis mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi *online* masih kurang jelas. Faktor yang terakhir ialah adanya faktor kultur yaitu kultur konsumen dan pelaku usaha yang kurang atau bahkan tidak mengetahui mengenai aturan perlindungan konsumen yang menyebabkan konsumen juga tidak melaporkan/mengadukan kerugiannya atas pelanggaran hak konsumen dan pelaku usaha tetap pada tindakan yang merugikan konsumen.¹⁶⁶

¹⁶⁶ Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *op. cit.*, hlm. 38-39.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pasal 4 huruf h Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak bekerja secara efektif atau UUPK tersebut tidak berjalan efektif di kalangan masyarakat dikarenakan beberapa keadaan yaitu konsumen yang mengalami kerugian setelah berbelanja *online* melalui *marketplace*, *social media*, dan situs *online* seperti OLX masih banyak yang tidak mengetahui akan hak-hak yang dimilikinya yang telah tercantum dalam UUPK tersebut. Selain itu, biaya pengaduan untuk mengajukan gugatan ganti rugi tidak sebanding dengan biaya kerugian yang dialami oleh para konsumen, biaya pengaduan cenderung lebih banyak dan mahal.

Keadaan lain yang mempengaruhi adalah sistem/mechanisme prosedur pelaporan/pengaduan tersebut panjang dan dapat mempersulit konsumen dengan wajib memanggil pelaku usaha *online* yang bersangkutan, serta pengaduan *online* yang belum berjalan dengan baik karena konsumen tidak mendapatkan ganti kerugian sebagaimana mestinya. Faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi keefektifitas UUPK adalah faktor struktur pemerintah yang kurang peka terhadap perkembangan teknologi, faktor substansi/hukum yang mana aturan yang ada belum dapat mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi *online* secara jelas, yang terakhir adalah faktor kultur yaitu para konsumen dan pelaku usaha kurang atau bahkan tidak mengetahui aturan perlindungan konsumen yang tercantum dalam UUPK, sehingga menyebabkan

konsumen tidak mengadakan kerugian yang dialaminya dan pelaku usaha yang tetap pada tindakan yang merugikan konsumen.

B. Saran

1. Hendaknya pemerintah sebagai pembentuk peraturan perundang-undangan dapat memperbaiki aturan yang ada khususnya dalam hal perlindungan konsumen yang dirugikan dalam melakukan jual beli melalui media *online* agar UUPK tersebut dapat berjalan secara maksimal di masyarakat.
2. Hendaknya lembaga seperti BPSK atau lembaga perlindungan konsumen lain mengadakan penyuluhan konsumen yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada konsumen sehingga dapat menumbuhkan kesadaran konsumen dalam menggunakan hak-haknya.
3. Konsumen seharusnya lebih teliti, cerdas, dan kritis sebelum membeli barang/produk/jasa secara *online*. Pastikan *platform* yang digunakan dalam berbelanja *online* merupakan *platform* yang aman dan terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ali, Achmad. 2002. *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*. Jakarta: Gunung Agung.
- Ali, Achmad. 2009. *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicialprudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Ali, Muhammad. 1997. *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Ali, Zainuddin. 2010. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Amiruddin dan Zainal Asikin. 2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arief, Barda Nawawi. 2003. *Kapita Selekta Hukum Pidana*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmasasmita, Romli. 2001. *Reformasi Hukum, Hak Asasi Manusia & Penegakan Hukum*. Bandung: Mandar maju.
- Barkatullah, Abdul Halim. 2009. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia*. Yogyakarta: FH UII Press.
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Dewi, Eli Wuria. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Ctk. Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadjon, Philipus M. 1987. *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- H.S, Salim dan Erlis Septiana Nurbani. 2013. *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Jakarta: Rajawali Press.

- Khairandy, Ridwan. 2016. *Perjanjian Jual Beli*. Yogyakarta: FH UII Press.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kurniawan. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan BPSK*. Malang: UB Press.
- Mansur, Dikdik M.Arief dan Elisatris Gultom, *Cyber Law*. 2005. Bandung: Refika Aditama.
- M, A Qirom Syamsudin. 1985. *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*. Yogyakarta: Liberty.
- Meliala, Adrianus. 1993. *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Meliala, Djaja S. 2008. *Perkembangan Hukum Perdata Tantang Benda dan Hukum Perikatan*. Bandung: Nuansa Aulia.
- Mertokusumo, Sudikno. 2003. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberti.
- Miru, Ahmad dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Miru, Ahmad. 2014. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad, Abdulkadir. 1990. *Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Muhammad, Abdulkadir. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Nasution, A. Z. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Diadit Media.
- _____. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Ctk. Kedua. Jakarta: PT. Grasindo.
- Rasjidi, Lili dan I.B. Wyasa Putra. 1993. *Hukum sebagai Suatu Sistem*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sasongko, Wahyu. 2007. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandar Lampung: Penerbit Universitas Lampung.

- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sidabalok, Janus. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1985. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3Es.
- Soekanto, Soerjono. 1985. *Efektivitas Hukum dan Penerapan Sanksi*. Bandung: Remaja Karya.
- _____. 2008. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2010. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.
- Steers, Richard M. 1985. *Efektivitas Organisasi Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Subekti, R. 1995. *Aneka Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Subekti, R dan R. Tjitrosudibio. 2004. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Sutedi, Andrian. 2008. *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Ctk. Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Suherman, Ade Maman. 2005. *Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*. Bogor: Galia Indonesia.
- Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Tim Buku Pedoman Penulisan Tugas Akhir FH UII. 2016. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir*, Yogyakarta: FH UII.
- Usdiyanto, Rieyke. 2001. *Framework e-commerce*. Yogyakarta: Andi Offcet.
- Waluyo, Bambang. 2002. *Penelitian Hukum dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wardiono, Kelik. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Peneribit Ombak.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Ctk. Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

JURNAL DAN MAKALAH

Azhar Muttaqin. (2010). *Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam*. ULUMUDDIN, Volume VI, Nomor IV, hlm. 463.

Clarence J. Dias. (1975). *Research on Legal Service and Poverty: it's Relevance to the Design of Legal Service Program in Developing Countries*, Wash. U.L. Q 147. P. 150.

Desy Ary Setyawati, Dahlan, M. Nur Rasyid. (2017). *Perlindungan Bagi Hak Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*. Syiah Kuala Law Journal, Volume 1, Nomor 3, hlm. 43.

Dini Setyorini, Ety Nurhayaty, dan Rosmita. (2019). *Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)*, JMM Online, Volume 3, Nomor 5, hlm. 503.

Fabian Fadhly. (2016). *Ganti Rugi sebagai Perlindungan Hukum bagi Konsumen Akibat Produk Cacat*. Arena Hukum, Volume 6, No. 2, hlm. 238.

Nadhira Amaliah. (2016). *Penerapan Kewajiban Konsumen Untuk Membaca Informasi Barang Berupa Makanan Ringan dan Minuman Dalam Rangka Perlindungan Diri Sebagai Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Kecamatan Sail*. JOM Fakultas Hukum, Volume 3, Nomor 2, hlm. 3.

Nurhalis. (2015). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. Jurnal IUS. Volume 3, Nomor 9, hlm. 526.

Mariam Darus. *Perlindungan Terhadap Konsumen Ditinjau dari Segi Standar Kontrak (Baku)*. Makalah pada Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, BPHN-Binacipta, hlm. 61.

M. Nur Rianto Al Arif. (2013). *Penjualan Online Berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Ijtihad, Jurnal Wacana Hukum Islam Kemanusiaan, Volume 13, Nomor 1, hlm. 34.

Munir Salim. (2017). *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*. Al-daulah, Volume 6, Nomor 2, hlm. 373.

- Qur'ani Dewi Kusumawardani. (2019). *Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Internet Terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online*. Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Volume 19, Nomor 1, hlm. 18.
- R. Agus Baktiono & I Putu Artaya. (2016). *Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical*. e-Jurnal Manajemen Kerja, Volume 2, Nomor 2.
- Resa Nurlaela Anwar dan Aulia Afifah. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)*. Jurnal Manajemen, Volume 9, Nomor 1, hlm. 47.
- Ria Ayu Novita, Agung Basuki Prasetyo, dan Suparno. (2017). *Efektivitas Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1960 Tentang Perjanjian Bagi Hasil Tanah Pertanian (Tanah Kering) di Desa Bringin, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo*. Diponegoro Law Jurnal, Volume 6, Nomor 2, hlm. 4.
- Rochani Urip Salami, I Ketut Nurjaya, Krishnoe Kartika. (2008). *Penerapan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada Jasa Pengiriman Dokumen di PT. Kerta Gaya Pusaka Perwakilan Purwokerto*. Jurnal Dinamika Hukum, Volume 8, Nomor 2, hlm. 151.
- Widi Nugrahaningsih & Mira Erlinawati. (2017). *Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online*. Jurnal Serambi Hukum, Volume 11, Nomor 01, hlm. 36-38.

SKRIPSI

- Febri Aidil Setiawan. 2019. *Pengembangan Pola Konsultasi Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui BPSK Kota Yogyakarta* [skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Ahmad Dahlan.
- Imom Pandapotan. 2014. *Efektifitas Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Pekanbaru)* [skripsi]. Riau (ID): Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Sela Rezando. 2017. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Shop Produk Fashion (Dalam Negeri) Melalui Instagram*. [skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Zain Ma'ruf Yasin. 2018. *Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Di Lembaga Konsumen Yogyakarta* [skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

KAMUS

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2002. Jakarta: Balai Pustaka.

Suharto dan Tata Irianto. 2004. *Kamus Bahasa Indonesia*. Surabaya: Indah Surabaya.

DATA ELEKTRONIK

bisnis.tempo.co "BPKN Jelaskan 3 Kelemahan Sistem Perlindungan Konsumen di RI", 3 Juli 2019, <<https://bisnis.tempo.co/read/1220729/bpkn-jelaskan-3-kelemahan-sistem-perlindungan-konsumen-di-ri/full&view=ok>>[diakses pada tanggal 19 Desember 2019 pukul 9.05 WIB].

cermati.com "Bisnis Online Wajib Punya Iin Usaha Mulai Tahun Depan, Berikut Cara Daftarnya" 11 Desember 2019, <<https://www.cermati.com/artikel/bisnis-online-wajib-punya-izin-usaha-mulai-tahun-depan-berikut-cara-daftarnya>> [diakses pada tanggal 3 Februari pukul 9.30 WIB].

cips-indonesia.org "Hari Konsumen Nasional, Perlindungan Konsumen Online Lemah Di Tengah Pandemi Covid-19", April 2020, <<https://www.cips-indonesia.org/post/opini-hari-konsumen-nasional-perlindungan-konsumen-online-lemah-di-tengah-pandemi-covid-19>> [diakses pada 12 Juli 2020 pukul 13.41 WIB].

databoks.katadata.co.id "Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?", Januari 2019, <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa->

pengguna-media-sosial-indonesia> [diakses pada tanggal 25 Oktober 2019 pukul 21.30 WIB].

dosenpendidikan.co.id “Efektivitas Adalah”, 11 November 2019, <dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/> [diakses pada tanggal 21 Januari 2020 pukul 15.17 WIB].

hukumonline.com “Perbuatan Melawan Hukum dalam Hukum Perdata dan Hukum Pidana”, 28 Maret 2013, <<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana/>> [diakses pada tanggal 13 Juli 2020 pukul 9.57 WIB].

jdih.kemenkeu.go.id, <<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/210~PMK.010~2018Per.pdf>> [diakses pada tanggal 4 Mei 2020 pukul 14.00 WIB].

kbbi.web.id “Pengertian Kompensasi” <<https://kbbi.web.id/kompensasi>>, [diakses pada 18 Februari 2020 pukul 9.03 WIB].

kompasiana.com, “OLX Penipuan? Apa itu Penipuan?”, 9 Maret 2016, <<https://www.kompasiana.com/irvanoktaviandry/56e0260326b0bd7517c1739d/olx-penipuan-apa-itu-olx?page=all>> [diakses pada tanggal 4 Mei 2020 pukul 15.49 WIB].

negarahukum.com “Ganti Kerugian”, 7 April 2012, <<https://www.negarahukum.com/hukum/ganti-kerugian.html>> [diakses pada 18 Februari 2020 pukul 9.48 WIB].

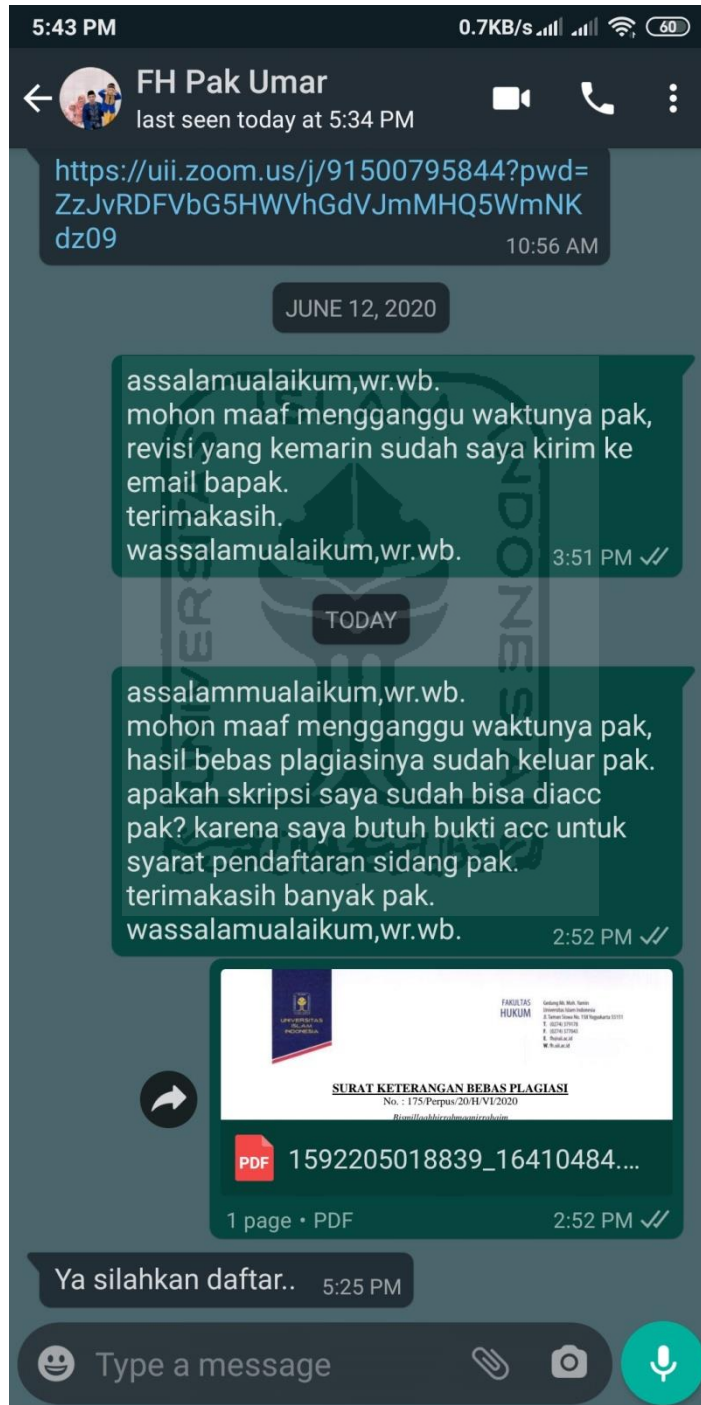
pa-pekalongan.go.id “Implementasi Perlindungan Hukum Kepada warga Negara”, 26 September 2018, <<http://pa-pekalongan.go.id/layanan-publik/artikel-pengadilan/247-implementasi-perlindungan-hukum-kepada-warga-negara>> [diakses pada 10 Februari 2020 pukul 10.50 WIB].

smartlegal.id “Apa Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Indonesia?”, 2 Januari 2019, <<https://smartlegal.id/galeri-hukum/perlindungan-konsumen/2019/01/02/apa-peranan-badan-penyelesaian-sengketa-konsumen-indonesia/>> [diakses pada tanggal 19 Mei 2020 pukul 15.25 WIB].

webhostmu.com “Apa itu Bisnis Online?”, 28 Oktober 2019, <<https://webhostmu.com/apa-itu-bisnis-online/>> [diakses pada tanggal 3 Februari 2020 pukul 21.05 WIB].

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Lampiran Persetujuan Pendadaran (ACC Skripsi) Dosen Pembimbing Skripsi





FAKULTAS
HUKUM

Gedung Mr. Moh. Yamin
Universitas Islam Indonesia
Jl. Taman Siswa No. 158 Yogyakarta 55151
T. (0274) 379178
F. (0274) 377043
E. fh@uii.ac.id
W. fh.uui.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 175/Perpus/20/H/VI/2020

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ngatini, A.Md.**
NIK : **931002119**
Jabatan : **Kepala Divisi Perpustakaan Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Shabrina Paramitha
No Mahasiswa : 16410484
Fakultas/Prodi : Hukum
Judul karya ilmiah : **EFEKTIVITAS PASAL 4 HURUF H UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN BAGI KONSUMEN YANG MENGALAMI
KERUGIAN DALAM BELANJA ONLINE**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **20.%**
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Juni 2020 M
23 Syawal 1441 H

a.n. Dekan
u.b. Ka. Divisi Perpustakaan

Ngatini, A.Md.