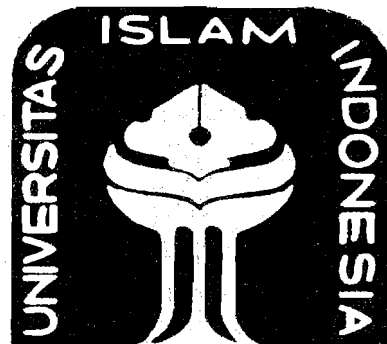


**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS
PEMENUHAN HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI SECARA *ONLINE***

TESIS



Oleh:

WIJI KURNIAWAN

**No. Pokok Mhs : 10912616
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum**

**PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2013

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS
PEMENUHAN HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI SECARA *ONLINE***

Oleh :

WIJI KURNIAWAN

No. Pokok Mhs : 10912616
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum

**Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk
diajukan ke Dewan Penguji dalam ujian tesis**

Pembimbing 1

Dr. Siti Anisah., S.H., M.Hum.
Tanggal 21 Juni 2013

Mengetahui
Ketua Program



Dr. Ni'matul Kaidah, S.H., M.Hum.
Tanggal 21 Juni 2013

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS
PEMENUHAN HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI SECARA *ONLINE***

TESIS

Oleh:

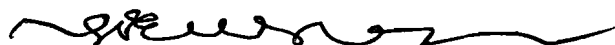
WIJI KURNIAWAN

**No. Pokok Mhs : 10912616
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 5 Juli 2013 dan dinyatakan LULUS

Tim Penguji

Ketua



Nandang Sutrisno, S.H., LL.M., M.Hum., Ph. D.

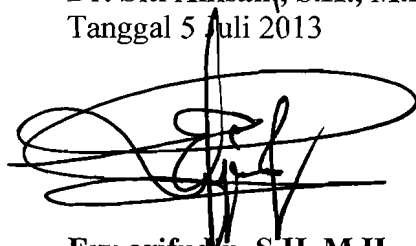
Tanggal 5 Juli 2013

Anggota



Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum.

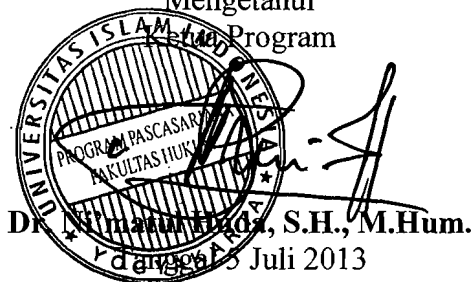
Tanggal 5 Juli 2013



Ery arifudin, S.H., M.H.

Tanggal 5 Juli 2013

Mengetahui
Program



DR. NIMATUL HUDA, S.H., M.Hum.
Tanggal 5 Juli 2013

ABSTRAK

Pemberian informasi yang tidak benar merupakan suatu bentuk penipuan pada kata sepakat dan juga merupakan pelanggaran kausa yang halal sebagai syarat sahnya perjanjian. Untuk itu penelitian ini dilakukan guna menjawab dua masalah. Pertama, bagaimana pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online*; dan Kedua, apa langkah-langkah hukum yang dapat diupayakan oleh konsumen apabila mengalami kerugian akibat informasi yang tidak benar atau menyesatkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan, yaitu menelaah undang-undang atau regulasi yang bersangkutan paut dengan masalah penelitian. Data yang digunakan adalah data primer, yaitu wawancara dengan pelaku usaha maupun konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik, dan data sekunder berupa bahan hukum, antara lain bahan hukum primer berupa Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-undang No. 8 Tahun 1999, dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008. Analisis penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* merupakan salah satu bagian dari hak konsumen, yang diatur dalam Pasal 4, dan kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta Pasal 9 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 terkait hak-hak konsumen atas informasi dalam melakukan transaksi elektronik. Pelanggaran terhadap pasal-pasal ini bertentangan dengan Pasal 1320 ayat (1) dan (4) KUHPerdata, yaitu cacat kehendak pada saat kesepakatan terjadi, dan pelanggaran atas kausa yang halal. Langkah-langkah hukum yang dapat diupayakan oleh konsumen yaitu penyelesaian yang diawali dengan pengajuan laporan ke pihak kepolisian sampai dengan pemberian sanksi pidana dalam putusan peradilan; atau melalui jalur di luar peradilan, yaitu penyelesaian yang dilakukan dengan proses mediasi dan diawali pengaduan ke Badan Perlindungan Konsumen atau Lembaga Perlindungan Konsumen, maupun pengajuan gugatan ke Badan Penyelesaian Sengketa. Proses tersebut akan berujung pada pemberian sanksi administrasi berupa pembebanan ganti rugi bagi pelaku usaha yang merugikan konsumen.

Rekomendasi penelitian ini adalah, bagi pelaku usaha dalam transaksi jual beli secara *online* harus memenuhi hak atas informasi bagi konsumen yaitu meliputi informasi yang benar, jelas, dan jujur. Bagi pihak konsumen sebaiknya selektif dan berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*. Bagi lembaga-lembaga yang berkedudukan sebagai lembaga perlindungan konsumen sebaiknya melakukan sosialisasi secara lebih luas mengenai keberadaan dan wewenang yang dimiliki, sehingga konsumen yang mengalami kerugian atas suatu transaksi jual beli secara *online* tidak merasa enggan menyampaikan laporannya

Kata Kunci: perlindungan hukum, konsumen hak informasi, jual beli, *online*.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Juni 2013

Yang menyatakan

Wiji Kurniawan
10912616

HALAMAN MOTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah hendaknya kamu berharap.

(Q.S Al Insyiroh: 6-8)



Hukum yang baik adalah hukum yang dapat memberikan keadilan bagi siapa saja,
Hukum yang baik adalah hukum yang mampu membawa kemaslahatan umat
manusia



Hukum yang baik akan menjadi rusak karena aparat penegak hukumnya,
Hukum yang baik akan menjadi baik karena aparat penegak hukumnya,
Aparat penegak hukum yang baik akan mempengaruhi hukum yang tidak baik
menjadi baik

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya ini kepada

- Kedua Orang Tua Penulis
- Istri Penulis
- Anak Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Pemenuhan Hak Informasi dalam Transaksi Jual Beli secara *Online*” dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tulus kepada:

1. Dr. Ni'matul Huda, S.H., M.Hum selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian.
2. Dr. Siti Anisah., S.H., M.Hum selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu, memotivasi penulis, dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama penyusunan tesis ini.
3. Bapak/Ibu Dosen Penguji yang telah memberikan masukan untuk penyusunan tesis ini menjadi lebih baik.
4. Bapak/Ibu Dosen di Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang berguna bagi penulis selama penulis menempuh studi.
5. Seluruh karyawan di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta khususnya bagian Sekretariat Program S2 yang telah banyak membantu untuk kelancaran administrasi selama penulis menempuh studi.
6. Kedua orang tua penulis Bapak Suparman dan Ibu Sukartini yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil kepada penulis.
7. Istri penulis Pradita Ayu Anggraeni SE yang telah memberikan dukungan agar penulis dapat cepat untuk menyelesaikan tesis ini.
8. Calon anak penulis yang masih dalam kandungan, semoga menjadi anak yang berbakti kepada orangtua dan menjadi anak yang sholeh.
9. Kakak penulis Wiji Prayitno S.TP., M.TP yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
10. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

11. Kapolres Sleman AKBP Drs. Erwan Ramaeni yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menempuh kuliah strata dua di Program Magister Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
12. Kapolsek Pakem Kopol Wiratno yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menempuh kuliah strata dua di Program Magister Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
13. Kasat Reskrim Polres Sleman Kopol Widi Syaputra, SiK Yang telah memberikan bantuan memberikan data-data kepada penulis untuk penelitian tesis.
14. Teman-teman di Sat Narkoba Polres Sleman dan Unit Reskrim Polsek Pakem yang telah memberikan dukungan dan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti studi di Program Magister Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
15. Teman-teman Program Pascasarjana Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta khususnya untuk angkatan tahun 2010, terimakasih banyak atas kebersamaannya dan pengalaman yang telah dibagi kepada penulis selama ini. Semoga sukses selalu.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan tesis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Saran dan masukan yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Juni 2013

Penulis

Wiji Kurniawan
10912616

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstrak	iv
Halaman Pernyataan	v
Halaman Moto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Penulisan	17

BAB II TINJAUAN TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN

JUAL BELI DAN TRANSAKSI *E-COMMERCE*

A. Tinjauan tentang Perlindungan Hukum Konsumen	18
B. Tinjauan tentang Perjanjian Jual Beli	29
C. Transaksi <i>E-Commerce</i>	42

BAB III PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS

PEMENUHAN HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI

JUAL BELI SECARA *ONLINE*

A. Pemenuhan Hak atas Informasi bagi Konsumen dalam Transaksi Jual	
--	--

Beli Secara Online	48
B. Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Apabila Tidak Terpenuhi Hak atas Informasi dan Konsumen Merasa Dirugikan.....	78
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Mekanisme <i>E-Commerce</i>	46
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ada paradigma bisnis yang berubah seiring dengan perkembangan internet, yaitu perubahan dari paradigma bisnis konvensional menjadi paradigma bisnis elektronik. Paradigma bisnis elektronik, lazim disebut *e-commerce*, merujuk pada setiap aktivitas bisnis yang dilakukan dengan teknologi, termasuk menggunakan media elektronik saat membuat kontrak.¹ Dalam konteks ini, kemudian lahir istilah kontrak elektronik, sebagai *a contract formed by transmitting electronic message between computers*.²

Kontrak elektronik merupakan perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.³ Ini berarti, kontrak elektronik bukan monopoli internet semata. Kontrak elektronik selanjutnya dapat diartikan sebagai setiap perjanjian yang dilahirkan dengan perantara alat-alat elektronik atau teknologi informasi serta dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.⁴

Dengan adanya pemahaman baru tentang kontrak, khususnya yang berkaitan dengan komputer, selain berbagai kemudahan,⁵ muncul pula beberapa

¹ Andi, *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Wahana Komputer, Yogyakarta, 2002, hlm. 3.

²<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol21788/internet-turut-mendorong-perkembangan-hukum-perjanjian>, "Internet Turut Mendorong Perkembangan Hukum Perjanjian," 22 April 2009.

³Pasal 1 angka 17 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Selanjutnya ditulis Undang-Undang No. 11 Tahun 2008.

⁴<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol21788/internet-turut-mendorong-perkembangan-hukum-perjanjian>, *loc. cit.*

⁵Rijanto dan Catur Meiwanto, *E-Commerce di Internet*, Dinastindo, Jakarta, 2000, hlm. 10.

masalah dalam praktik.⁶ Untuk itu, konsumen dan pelaku bisnis harus yakin dan menjamin secara hukum bahwa transaksi yang mereka lakukan aman. Keamanan bertransaksi meliputi keyakinan penjual dan pembeli bahwa pihak lawan masing-masing dapat diidentifikasi, apakah mekanisme transaksi dapat diakses dan prosesnya dapat dibatalkan, serta aman dan sesuai hukum. Masalah lain yang tak kalah penting diperhatikan adalah kejelasan pihak, integritas dari informasi, perlindungan hak privasi dan data pribadi, perniagaan lintas negara dengan mata uang dan sistem hukum yang berbeda. Selanjutnya adalah masalah kejelasan pembayaran dari setiap transaksi, serta ganti kerugian bila terjadi wanprestasi dari salah satu pihak.⁷

Hal yang tak kalah penting lainnya dalam transaksi elektronik adalah pengakuan terhadap informasi yang dihasilkan transaksi elektronik, terutama bila dikaitkan dengan pembuktian. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 telah membawa perkembangan karena mengakui informasi dan atau dokumen elektronik sebagai bukti hukum yang sah.⁸ Sesuai dengan *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce* yang merupakan Resolusi PBB No. 51/162 Tahun 1995, informasi dan hal-hal yang berkaitan dengan informasi menjadi inti dari perlindungan konsumen sebagaimana diatur oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.⁹

Namun demikian, bagaimana bila dapat proses transaksi melalui *e-commerce* pada *level business to consumer* (B2C) terdapat kerugian bagi

⁶<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt511348d9ebcd0/pengaturan-bisnis-e-commerce-untuk-lindungi-konsumen>, "Pengaturan Bisnis E-Commerce untuk Lindungi Konsumen," 07 Februari 2013.

⁷*Ibid.*

⁸Pasal 5 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008.

⁹<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2993/dalam--iecommercej-informasi-merupakan-inti-perlindungan-konsumen>, "Dalam *E-commerce*, Informasi Merupakan Inti Perlindungan Konsumen," 23 Juni 2001.

konsumen, terutama karena hak-hak atas informasi yang seharusnya diberikan oleh pelaku usaha tidak diberikan kepada konsumen. Dapatkah hal ini dikembalikan pada Pasal 4 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.¹⁰ Pasal 4 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 berisikan hak dan kewajiban konsumen dalam suatu transaksi. Dalam Pasal 4 jelas disebutkan batasan hak dari konsumen dalam suatu transaksi. Dapat dikatakan bahwa, pasal tersebut sebagai 'pasal pamungkas' bagi konsumen yang hendak mengklaim haknya.¹¹

Hak atas informasi dalam jual beli secara *online* selain diatur dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen juga diatur dalam Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Berdasarkan Pasal 9 Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur merupakan kewajiban yang harus diberikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen.

Praktek yang terjadi selama ini, ditemukan situs-situse-*commerce* yang memberikan informasi tidak jelas. Undang-undang No. 8 Tahun 1999, menyatakan dengan jelas bahwa: "Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah dalam keadaan tertentu". Bila melihat rumusan tersebut,

¹⁰Selanjutnya disebut Undang-undang No. 8 Tahun 1999.

¹¹<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol4916/perlidungan-transaksi-iecommercei-mengacu-ke-uupk>, “Perlindungan Transaksi *E-Commerce* Mengacu ke UUPK,” 23 Pebruari 2002.

konsumen telah dijamin haknya oleh Undang-undang No. 8 Tahun 1999. Pelaku usaha bertanggungjawab atas segala hal yang berkaitan dengan informasi yang ada di halaman web. Terutama, dalam memberikan informasi yang sebenarnya dan sebebaskan-bebasnya pada konsumen. Jika dalam penyelenggaraan suatu situs bertentangan dengan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, mengenai syarat sahnya perjanjian, maka konsumen dapat menolak perjanjian atau transaksi yang ditawarkan oleh penyelenggara.¹²

Selain itu, hak konsumen yang harus dilindungi adalah nilai informasi yang terkandung dari sebuah informasi yang disebarluaskan melalui halaman web. Ketentuan yang ada di dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 seharusnya dapat bekerja. Misalkan untuk kasus KlikBCA. Pada kasus ini konsumen "disedatkan" oleh informasi yang tersedia di dalam situs palsu yang dibuat oleh Steven dari Bandung. Tidak sedikit orang yang masuk ke situs palsu tersebut dan memberikan nomor PIN-nya. Jika sudah terjadi, lalu siapa yang akan dapat disalahkan atas terjadinya peristiwa tersebut? Jika pelaku usaha, dalam hal ini adalah BCA, tidak melakukan usaha untuk menuntut Steven ke Pengadilan, sudah sepatutnya BCA mengganti segala kerugian yang mungkin diderita oleh konsumen. Kekhawatiran sulitnya dilakukan penuntutan atas kasus *e-commerce*, juga menjadi sebab mengapa terkesan konsumen tidak mendapatkan perlindungan dari sebuah transaksi *e-commerce*. Meskipun pelaku usaha ada di

¹²<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-iecommercei-masih-lemah>, "Perlindungan Konsumen dalam *E-Commerce* Masih Lemah," 30 Juni 2001.

wilayah negara lain, bukan tidak mungkin konsumen yang di Indonesia menuntut dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.¹³

Pelaku usaha banyak yang memberikan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan atau kondisi barang yang sebenarnya, sehingga dapat merugikan pihak konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi yang semenarik mungkin kepada calon konsumen di halaman *website* penjualannya padahal informasi tersebut pada kenyataannya tidak benar. Misalkan pembelian pakaian secara *online*, dalam halaman *website* tersebut dijelaskan mengenai bahan dari pakaian tersebut dan kondisinya. Akan tetapi pada saat barang diterima oleh konsumen, kondisinya tidak sesuai dengan apa yang telah diinformasikan tersebut.¹⁴

Sementara itu, untuk pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia, bergantung kepada bagaimana perjanjian antara para pihak. Contohnya, kasus *amazon.com*. Dalam *condition of use* yang diterbitkannya, *amazon.com* menegaskan bahwa untuk setiap transaksi yang dijalankannya berlaku *the law of state of Washington* sebagai pilihan hukumnya.¹⁵ Jika kondisinya demikian, maka Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tidak dapat mengikat pelaku usaha asing, karena konsumen dan pelaku usaha telah melakukan pilihan hukum.¹⁶ Namun demikian, mengingat bahwa pengertian pelaku usaha dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 sangat luas, maka sepanjang pelaku usaha asing memasarkan

¹³<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-icommercei-masih-lemah>, "Perlindungan Konsumen dalam *E-Commerce* Masih Lemah," 30 Juni 2001.

¹⁴<http://forum.kompas.com/teras/247821-5-kasus-jual-beli-online-kontraversial-di-indonesia.htm>. "Kasus Jual Beli Online". 29 April 2013.

¹⁵<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol842/hubungan-hukum-antara-pelaku-icommercei-harus-diperjelas>, "Hubungan Hukum Antara Pelaku *E-Commerce* Harus Diperjelas," 12 Oktober 2000.

¹⁶<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2993/dalam--icommercei-informasi-merupakan-inti-perlindungan-konsumen>, *loc. cit.*

produknya di Indonesia, mereka termasuk pelaku usaha dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999, sehingga dalam diberlakukan ketentuan undang-undang ini.

Bagaimana jika sejak awal informasi yang diberikan ternyata tidak jelas? Misalnya, *software* umumnya dijual sebagai produk akhir yang *as is* (apa adanya) tanpa disertakan *source code*-nya. Dalam praktek-praktek seperti ini, sejak dari awal informasi yang diberikan telah tidak jelas. Akibatnya, jika ada kesalahan pemrograman walaupun kecil, konsumen tidak dapat memperbaikinya. Dengan demikian, dalam praktek *e-commerce*, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dapat dianggap belum cukup untuk memberikan perlindungan bagi para konsumen yang melakukan transaksi melalui internet. Ini mengingat bahwa kian hari perkembangan internet berdampak luas pada masyarakat. Untuk itu, selain Undang-undang No. 8 Tahun 1999, dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008, bila dilihat esensinya, maka transaksi yang berjalan selama ini tidak dapat dilepaskan dari konsep hubungan hukum antar masyarakat. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, memang tidak dikenal apa yang dinamakan dengan transaksi. Namun, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenal hubungan hukum yang dinamakan sebagai perjanjian yang mengikat para pihak.¹⁷

Pemberian informasi yang tidak benar merupakan suatu bentuk penipuan. Penipuan secara *online* pada prinsipnya sama dengan penipuan konvensional. Hal yang membedakan hanyalah pada sarana perbuatannya yakni menggunakan Sistem Elektronik (komputer, internet, perangkat telekomunikasi). Secara hukum, penipuan secara *online* dapat diperlakukan sama sebagaimana delik konvensional

¹⁷<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-icommercei-masih-lemah>, "Perlindungan Konsumen dalam *E-Commerce* Masih Lemah," 30 Juni 2001.

yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Dasar hukum yang digunakan untuk menjerat pelaku penipuan saat ini adalah Pasal 378 KUHP. Jika dijerat menggunakan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008, maka pasal yang dikenakan adalah Pasal 28 ayat (1).¹⁸

Pada penelitian ini penulis memfokuskan penelitian mengenai perlindungan hukum bagi konsumen mengenai pemenuhan hak atas informasi berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Selain itu, dikarenakan pemenuhan hak atas informasi tersebut diberikan dalam perjanjian jual beli secara *online* maka penulis juga akan meninjau dari kajian berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online*?
2. Bagaimana langkah-langkah hukum yang dapat diupayakan oleh konsumen apabila mengalami kerugian akibat informasi yang tidak benar yang diberikan oleh penjual?

¹⁸<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f814bf6c2ca4/cara-penyidik-melacak-pelaku-penipuan-dalam-jual-beli-online>, "Cara Penyidik Melacak Pelaku Penipuan dalam Jual Beli Online," 29 April 2013.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online*.
2. Untuk menganalisis langkah-langkah hukum yang dapat diupayakan oleh konsumen apabila mengalami kerugian akibat informasi yang tidak benar/menyesatkan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu hukum dalam hal perlindungan konsumen.
2. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya yang memanfaatkan transaksi jual beli secara *online* mengenai pemenuhan hak atas informasi sebagai konsumen.

E. Tinjauan Pustaka

Perlindungan konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.¹⁹ Konsumen adalah “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.²⁰

¹⁹Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

²⁰Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 ini adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha. Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran kemampuan, dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen. Di samping itu juga ada kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian harta bendanya, keselamatan atau kesehatan tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.²¹

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.²²

1. Asas Manfaat. Asas ini mengandung makna bahwa penerapan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha, sehingga tidak ada satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Kedua belah pihak harus memperoleh hak-haknya.
2. Asas Keadilan. Penerapan asas ini ada pada Pasal 4 sampai Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Diharapkan melalui asas ini konsumen dan

²¹Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2006, hlm. 62.

²²Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 33-34.

pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan menunaikan kewajibannya secara seimbang.

3. Asas Keseimbangan. Melalui penerapan asas ini, diharapkan kepentingan konsumen, pelaku usaha serta pemerintah dapat terwujud secara seimbang, tidak ada pihak yang lebih dilindungi.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen. Diharapkan penerapan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 akan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas Kepastian Hukum. Asas ini dimaksudkan agar baik konsumen dan pelaku usaha mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Hak-hak pelaku usaha adalah:²³

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

²³Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

Kewajiban Pelaku Usaha sebagai berikut:²⁴

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatannya
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/atau 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. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hak konsumen adalah:²⁵

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkomunikasikan barang dan/atau jasa.

²⁴Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

²⁵Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen adalah:²⁶

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.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

²⁶Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

Tanggung jawab pelaku usaha sebagai berikut:²⁷

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

Menurut Sutan Remi Sjahdeini, *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu Internet.²⁸ Selanjutnya dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008, Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan

²⁷Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

²⁸<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl5397/para-pihak-dan-hak-kewajiban-dlm-e-commerce>, Akses 29 Maret 2013.

dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.²⁹

Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, telex, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.³⁰

Dalam perkembangan *e-commerce* pada saat ini salah satu komisi di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa yang bernama *United Nations Commission on International Trade Law* (UNCITRAL), telah membuat suatu panduan dan pegangan untuk melakukan transaksi bisnis secara *e-commerce* dan hal-hal lainnya dengan nama *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce*, dan telah disetujui berdasarkan *General Assembly Resolution* No. 51/162 tanggal 16 Desember 1996.³¹

Dalam transaksi elektronik, jika tidak dicantumkan pilihan hukum dalam perjanjian *e-commerce* nya, ada beberapa teori yang berkembang untuk menentukan hukum mana yang digunakan/berlaku, diantaranya:³²

1. *Mail box theory* (Teori Kotak Pos). Dalam hal transaksi *e-commerce*, maka hukum yang berlaku adalah hukum di mana pembeli mengirimkan pesanan melalui komputernya. Untuk ini diperlukan konfirmasi dari penjual. Jadi

²⁹Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008.

³⁰Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008.

³¹<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl5397/para-pihak-dan-hak-kewajiban-dlm-e-commerce>, Akses 29 Maret 2013.

³²Marcella Elwina, "Aspek Hukum Transaksi (Perdagangan) melalui Media Elektronik (E-Commerce) di Era Global: Suatu Kajian Perlindungan Hukum terhadap Konsumen," ejournal.umm.ac.id/index.php/legality, Akses 1 April 2013.

perjanjian atau kontrak terjadi pada saat jawaban yang berisikan penerimaan tawaran tersebut dimasukkan ke dalam kotak pos (*mail box*).

2. *Acceptance theory* (Teori Penerimaan). Hukum yang berlaku adalah hukum di mana pesan dari pihak yang menerima tawaran tersebut disampaikan. Jadi hukumnya si penjual.
3. *Proper Law of Contract*. Hukum yang berlaku adalah hukum yang paling sering dipergunakan pada saat pembuatan perjanjian. Misalnya, bahasa yang dipakai adalah bahasa Indonesia, kemudian mata uang yang dipakai dalam transaksinya Rupiah, dan arbitrase yang dipakai menggunakan BANI, maka yang menjadi pilihan hukumnya adalah hukum Indonesia.
4. *The most characteristic connection*. Hukum yang dipakai adalah hukum pihak yang paling banyak melakukan prestasi.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah undang-undang atau regulasi yang bersangkutan paut dengan permasalahan hukum. Hasil dari telaah tersebut dapat dipergunakan untuk memecahkan permasalahan hukum yang diteliti.³³ Penelitian ini berusaha untuk menganalisis masalah yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan berupa fakta-fakta hukum dikaitkan dengan peraturan hukum yang berlaku untuk ditemukan jawabannya.

³³Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 105.

2. Sumber Data

- a. Data Primer, yang merupakan hasil wawancara dengan pelaku usaha maupun konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik.
- b. Data Sekunder berupa Bahan Hukum, yaitu:
 - 1) Bahan Hukum Primer, yang meliputi:
 - a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
 - b) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
 - c) Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - 2) Bahan Hukum Sekunder.

Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini adalah bahan hukum yang meliputi berbagai buku, jurnal, makalah, surat kabar, hasil penelitian, seminar, lokakarya, *workshop* dan komentar para pakar hukum yang dapat memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang menyangkut mengenai perlindungan hukum konsumen.

3. Teknik Pengumpulan Data

- a. Data Primer diperoleh dari wawancara secara mendalam dengan pelaku usaha maupun konsumen yang melakukan transaksi elektronik
- b. Data Sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu mencari atau menelusuri, menemukan dan menganalisis bahan-bahan hukum primer melalui kajian pustaka.

4. Pengolahan dan Penyajian Bahan Hukum

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

5. Analisis Bahan Hukum

Analisis data primer dan sekunder merupakan proses menyusun sumber data agar dapat ditafsirkan secara lebih mendalam. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif.

G. Sistematika Penulisan

Bab 1 merupakan pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan metode penelitian.

Bab 2 adalah tinjauan pustaka berisikan tinjauan mengenai perlindungan konsumen, perjanjian jual beli dan tinjauan mengenai *e-commerce*.

Bab 3 merupakan isi dari judul yaitu perlindungan hukum bagi konsumen atas pemenuhan hak informasi dalam transaksi jual beli secara *online*. Bab ini terdiri dari 2 sub bab yaitu tentang pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* dan langkah-langkah hukum yang dapat diupayakan oleh konsumen apabila mengalami kerugian akibat informasi yang tidak benar yang diberikan oleh penjual.

Selanjutnya Bab 4 merupakan penutup dan berisikan kesimpulan dan saran penelitian.

BAB II

**TINJAUAN TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN,
JUAL BELI DAN TRANSAKSI *E-COMMERCE***

A. Tinjauan tentang Perlindungan Hukum Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum Konsumen

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, konsumen adalah “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 ini adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha. Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran kemampuan, dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen. Di samping itu juga ada kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul

karena kerugian harta bendanya, keselamatan/ kesehatan tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.³⁴

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Penjelasan adalah sebagai berikut:³⁵

a. Asas Manfaat

Asas ini mengandung makna bahwa penerapan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha, sehingga tidak ada satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Kedua belah pihak harus memperoleh hak-haknya.

b. Asas Keadilan

Penerapan asas ini ada pada Pasal 4 sampai Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Diharapkan melalui asas ini konsumen dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan menunaikan kewajibannya secara seimbang.

³⁴ Shidarta, *op. cit.*, hlm. 62.

³⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op. cit.*, hlm. 33-34.

c. Asas Keseimbangan

Melalui penerapan asas ini, diharapkan kepentingan konsumen, pelaku usaha serta pemerintah dapat terwujud secara seimbang, tidak ada pihak yang lebih dilindungi.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Diharapkan penerapan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 akan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik konsumen dan pelaku usaha mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:

- a. Asas kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen
- b. Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan
- c. Asas kepastian hukum

Gustav Radbruch menyebut keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum sebagai tiga ide dasar hukum atau tiga nilai dasar hukum yang berarti dapat dipersamakan dengan asas hukum. Diantara ketiga asas tersebut yang sering menjadi sorotan utama adalah masalah keadilan.

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, Perlindungan Konsumen bertujuan:³⁶

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

3. Hak dan Kewajiban Konsumen Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

Hak konsumen adalah:³⁷

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

³⁶ Pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

³⁷ Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

- 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 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.

Kewajiban konsumen adalah:³⁸

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati

³⁸ Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut .

4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

Pembahasan mengenai perlindungan konsumen tidak terlepas dari pihak lainnya yaitu pelaku usaha. Pelaku usaha adalah:

“setiap orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.³⁹

Pelaku usaha adalah istilah yang digunakan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang pada umumnya lebih dikenal dengan istilah pengusaha. Secara umum pelaku usaha dapat dikelompokkan sebagai pelaku ekonomi. Dalam hal ini pelaku usaha termasuk kelompok pengusaha, yaitu pelaku usaha baik privat maupun publik. Kelompok pelaku usaha tersebut terdiri dari:

- a. Kalangan investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan. Seperti perbankan, pengelolaan investasi, usaha leasing, penyedia dana dan lain sebagainya.
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang atau jasa-jasa lain. Mereka dapat terdiri dari orang/atau badan usaha berkaitan dengan pangan, orang/atau badan yang memproduksi sandang, orang/usaha yang berkaitan dengan

³⁹ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

pembuatan perumahan, jasa angkutan, perasuransian, perbankan, kesehatan, obat-obatan, dan lain sebagainya.

- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat.

Hak pelaku usaha adalah:⁴⁰

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

Kewajiban Pelaku Usaha adalah:⁴¹

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

⁴⁰ Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

⁴¹ Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

Tanggung jawab pelaku usaha adalah:⁴²

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya,

⁴² Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada poin 1 dan 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan dari konsumen.

6. Larangan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

Larangan bagi pelaku usaha meliputi hal-hal sebagai berikut:⁴³

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
 - 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.

⁴³ Pasal 8 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dalam label, etiket atau keterangan batang dan/atau jasa tersebut.
 - 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
 - 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
 - 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
 - 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.
 - 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
 - 10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

- c. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- d. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada poin 1 dan 2 dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Sanksi bagi pelaku usaha dapat dikenakan apabila pelaku usaha melanggar ketentuan dalam Pasal 62 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang mengatur bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000,00 (dua juta rupiah). Bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f di pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Terhadap sanksi pidana dapat dijatuhkan hukuman tambahan seperti yang diatur dalam Pasal 63 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 berupa:

- a. Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman keputusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;

- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. Pencabutan izin usaha.

B. Tinjauan tentang Perjanjian Jual Beli

1. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli merupakan perjanjian yang bertimbal balik karena menyangkut dua perbuatan yang bertimbal balik yaitu menjual dan membeli. Selain itu jual beli merupakan persesuaian kehendak antara penjual dan pembeli mengenai barang dan harga. Jadi sesuai dengan asas hukum perikatan, perjanjian jual beli juga bersifat konsensual, yaitu berdasarkan kesepakatan antara pembeli dan penjual. Sifat konsensual ini ditegaskan dalam Pasal 1458 KUHPerdara yaitu: “Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak sewaktu mereka telah mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar. Dari pasal itu dapat diketahui bahwa inti dari perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Tanpa barang dan harga, jual beli tidak ada.

Mengenai jual beli itu sendiri menurut pengertian yang diberikan oleh undang-undang dalam hal ini adalah KUHPerdara, jual beli adalah “suatu perjanjian atau persetujuan timbal balik antara pihak yang satu (si penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut”.⁴⁴

⁴⁴ Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 1992, hlm. 6.

Pengertian jual beli, menurut Pasal 1457 KUHPerdara hanya menyebutkan “jual beli adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diperjanjikan”. Menurut Pasal 1458 KUHPerdara, jual beli itu telah terjadi di antara para pihak setelah tercapainya kata sepakat tentang barang dan harganya, meskipun barang belum diserahkan dan harganya belum dibayar. Hak milik atas barang yang dijual tidaklah berpindah kepada si pembeli, selama penyerahan belum dilakukan. Hal ini dapat dilihat dari Pasal 584 KUHPerdara yang menyebutkan beberapa cara pemindahan hak milik, yang diantaranya disebutkan penyerahan barang berdasarkan suatu persetujuan atau perbuatan hukum yang dimaksud memindahkan hak milik atas suatu barang dari tangan seseorang ke tangan orang lain. Jadi pada saat jual beli dilaksanakan, hak milik barang yang bersangkutan tidak dengan sendirinya berpindah ke si pembeli. Hak ini baru berpindah ke tangan pembeli jika barangnya sudah diserahkan. Jika barang belum diserahkan hak milik tetap ada di tangan penjual.

Menurut Salim, perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pihak pembeli. Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut.⁴⁵ Unsur yang terkandung dalam pengertian tersebut adalah:

⁴⁵ Salim, *Hukum Kontrak dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 49.

- a. Adanya subjek hukum yaitu penjual dan pembeli
- b. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga
- c. Adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli

2. Asas-asas dan Syarat Perjanjian Jual Beli

a. Asas Perjanjian Jual Beli

Asas-asas yang terdapat dalam suatu perjanjian umumnya terdapat dalam perjanjian jual beli. Asas hukum merupakan suatu hal-hal dasar yang tidak berwujud, yang dijadikan suatu landasan untuk melakukan suatu hal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, asas adalah dasar atas sesuatu yang menjadi tumpuan berpikir atau berpendapat. Asas hukum tidak dituangkan dalam bentuk peraturan yang konkrit, melainkan bersifat abstrak. Dalam perjanjian dikenal terdapat 5 asas pokok yaitu:⁴⁶

1) Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme merupakan asas yang berhubungan dengan saat lahirnya perjanjian. Konsensualisme berasal dari bahasa Latin “*consensus*” yang berarti sepakat. Asas konsensualisme adalah asas yang menentukan bahwa perjanjian lahir sejak adanya kata sepakat dari para pihak yang membuat perjanjian yang bersangkutan. Dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang mengatur tentang syarat sahnya perjanjian, asas konsensualisme terlihat dalam syarat “sepakat mereka yang mengikatkan diri”.

Subekti menyebutkan bahwa perjanjian itu pada umumnya konsensual dimana perjanjian itu sah sudah sah apabila sudah tercapai

⁴⁶ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 127.

kesepakatan mengenai hal-hal pokok dari perjanjian itu dan tidaklah diperlukan suatu formalitas.⁴⁷ Asas konsensualisme diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara. Asas ini merupakan syarat sah perjanjian yang tertuang dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang menentukan bahwa kata sepakat merupakan salah satu syarat sahnya perjanjian. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa suatu perjanjian telah terjadi sejak saat tercapainya kata sepakat antara para pihak mengenai pokok perjanjian. Pasal 1320 KUHPerdara tidak menyebutkan secara formalitas tertentu selain kesepakatan, maka dapat disimpulkan bahwa perjanjian dapat dilaksanakan apabila telah tercapai kesepakatan mengenai hal-hal yang pokok diperjanjikan.

2) Asas kebebasan berkontrak

Asas kebebasan berkontrak berhubungan dengan isi, bentuk, dan jenis perjanjian. Asas ini terdapat pada Pasal 1338 KUHPerdara ayat (1) KUHPerdara yang berbunyi: “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Berdasarkan asas kebebasan berkontrak ini, maka para pihak memiliki kebebasan untuk:

- a) Membuat atau tidak membuat suatu perjanjian
- b) Mengadakan perjanjian dengan siapapun
- c) Menentukan sendiri isi ketentuan dalam perjanjian
- d) Menentukan bentuk perjanjian

⁴⁷ Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta, 2002, hlm. 15.

Kebebasan yang dimaksud dalam asas kebebasan berkontrak bukan merupakan kebebasan secara mutlak, melainkan tetap ada batasannya. Batasan yang dimaksud adalah bahwa kebebasan tersebut tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, norma-norma kesusilaan, dan ketertiban umum. Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1337 KUHPerdara yakni “suatu sebab adalah terlarang, apabila berlawanan dengan kesusilaan atau ketertiban umum”. Pembatasan Undang-undang terhadap asas kebebasan berkontrak contohnya undang-undang melarang dua belah pihak atau lebih untuk mengadakan perjanjian jual beli senjata secara illegal. Para pihak juga tidak boleh membuat perjanjian yang tidak memenuhi rasa keadilan atau perjanjian yang kontraprestasinya tidak seimbang. Asas kebebasan berkontrak juga dibatasi oleh campur tangan penguasa yang berkehendak sebagai pelindung terhadap pihak yang secara ekonomis lebih lemah kedudukannya.⁴⁸

3) Asas *Pacta Sunt Servanda*

Asas *Pacta Sunt Servanda* biasanya berhubungan dengan akibat dari suatu perjanjian, biasanya juga disebut sebagai asas kepastian hukum karena maksud dari asas *Pacta Sunt Servanda* ini adalah untuk memberikan kepastian hukum. Asas ini juga diartikan sebagai asas mengikatnya perjanjian bagi para pihak yang membuatnya.

⁴⁸*Ibid*, hlm. 16.

Asas *Pacta Sunt Servanda* dapat dilihat dari ketentuan yang terdapat dalam Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara menyebutkan bahwa “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Dapat disimpulkan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya, sehingga para pihak yang membuat perjanjian tersebut harus tunduk dan mematuhi apa yang ditentukan dalam perjanjian dan kekuatan mengikat dari perjanjian baru ada apabila perjanjian tersebut dibuat secara sah. Asas *Pacta Sunt Servanda* dapat dipertahankan sepenuhnya apabila para pihak cakap dalam melakukan perbuatan hukum dan mempunyai kedudukan yang seimbang.

Perjanjian memerlukan kekuatan mengikatnya suatu perjanjian bagi para pihak yang merumuskan perjanjian tersebut, maka pembatalan perjanjian yang dibuat para pihak tidak dapat dilaksanakan begitu saja tetapi harus dengan kesepakatan kedua belah pihak yang membuat perjanjian atau dengan alasan-alasan yang telah ditentukan undang-undang untuk dapat membatalkan perjanjian tersebut. Seperti yang telah dinyatakan dalam Pasal 1338 ayat (2) KUHPerdara bahwa “suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu”.⁴⁹

⁴⁹*Ibid*, hlm. 16.

4) Asas Itikad Baik

Itikad baik memiliki dua pengertian, yakni:

- a) Itikad baik dalam arti subjektif, yaitu dapat diartikan sebagai kejujuran seseorang dalam melakukan suatu perbuatan hukum yaitu apa yang terletak pada sikap batin (kejujuran) seseorang pada waktu diadakan perbuatan hukum.
- b) Itikad baik dalam arti objektif, yaitu itikad baik dalam pelaksanaan perjanjian, artinya perjanjian itu harus dilaksanakan sedemikian rupa sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

Pasal 1338 ayat 3 KUHPerduta menyatakan bahwa “suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Asas itikad baik yang dimaksud dalam Pasal 1338 ayat 3 KUHPerduta adalah untuk mengawasi pelaksanaan perjanjian agar tidak bertentangan dengan kepatutan dan keadilan. Hakim mempunyai kekuasaan untuk menyimpangi isi perjanjian jika pelaksanaan perjanjian tersebut bertentangan dengan asas itikad baik.

5) Asas Kepribadian

Asas kepribadian merupakan asas yang berkaitan dengan para pihak yang terikat dalam suatu perjanjian. Asas ini menentukan bahwa seseorang yang akan mengadakan perjanjian hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Pengaturannya terdapat dalam Pasal 1315 KUHPerduta, dalam pasal tersebut dinyatakan “bahwa pada umumnya tidak seorangpun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji selain daripada dirinya sendiri”.

Suatu perjanjian hanya mengikat orang-orang yang membuat perjanjian itu sendiri dan tidak mengikat orang lain dan hanya meletakkan hak dan kewajiban pada para pihak yang membuatnya, yang dimaksud dengan orang lain disini adalah pihak ketiga yang tidak mempunyai sangkut paut dengan perjanjian tersebut dan tidak dapat mengambil manfaat maupun kerugian dari perjanjian tersebut seperti yang diatur dalam Pasal 1340 KUHPerdara bahwa “suatu perjanjian tidak dapat membawa rugi kepada pihak ketiga, tidak dapat pihak ketiga mendapat manfaat karenanya, selain dalam hal yang diatur dalam Pasal 1317 KUHPerdara”. Pasal 1317 KUHPerdara sendiri menyatakan bahwa “dapat pula perjanjian diadakan untuk kepentingan pihak ketiga, bila suatu perjanjian yang dibuat untuk diri sendiri, atau suatu pemberian kepada orang lain, mengandung suatu syarat semacam itu”. Melalui pasal ini dapat disimpulkan bahwa seseorang dapat melakukan perjanjian untuk kepentingan orang lain (pihak ketiga) dengan adanya suatu syarat tertentu.

b. Syarat Sahnya Perjanjian

Suatu perjanjian harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh undang-undang agar dapat menjadi sah di mata hukum. Syarat sah perjanjian mutlak harus dipenuhi agar suatu perjanjian memiliki kekuatan mengikat bagi para pihak yang membuatnya. Berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara, syarat-syarat sah perjanjian adalah:

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan diri

- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian
- 3) Suatu hal tertentu
- 4) Suatu sebab yang halal

Dua syarat yang pertama dinamakan syarat-syarat subjektif, sebab mengenai orang-orang atau subjek yang mengadakan perjanjian sedangkan dua syarat berikutnya disebut syarat objektif karena perjanjiannya sendiri atau objek dari perbuatan hukum yang dilakukan. Dasar penggolongan syarat sahnya perjanjian adalah akibat hukum yang akan timbul apabila salah satu syarat sahnya perjanjian tidak dipenuhi oleh pihak-pihak yang membuat perjanjian.

Akibat yang dapat timbul apabila syarat subjektif tidak terpenuhi adalah perjanjian dapat dimintakan pembatalan perjanjian. Suatu perjanjian yang tidak memenuhi syarat subjektif sepanjang oleh para pihak tidak dimintakan pembatalan maka perjanjian tersebut akan terus berjalan dan terus mengikat sepanjang belum dibatalkan oleh hakim.

Akibat yang dapat timbul apabila syarat objektif tidak terpenuhi adalah perjanjian tersebut batal demi hukum atau sejak semula perjanjian tersebut dianggap tidak pernah ada. Akibat dari suatu perjanjian yang tidak memenuhi syarat objektif maka para pihak dapat menuntut secara hukum dimuka hakim. Subekti menyatakan bahwa, perjanjian yang batal demi hukum berarti dari semula tidak pernah dilahirkan sesuatu perjanjian dan tidak pernah ada suatu perikatan. Tujuan para pihak yang mengadakan perjanjian tersebut untuk melahirkan suatu perikatan hukum

gagal. Dengan demikian maka tiada dasar untuk saling menuntut di depan hakim.⁵⁰

Dua syarat yang pertama yaitu kesepakatan dan kecakapan yang disebut syarat- syarat subjektif. Sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan syarat objektif, karena mengenai perjanjian itu sendiri atau objek dari perbuatan hukum yang dilakukan.

3. Subjek dan Objek yang Diperjualbelikan

a. Subjek Jual Beli

Subjek jual beli terdiri dari seorang penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli yang disebut juga dengan individu ini bukan saja menurut orang perseorangan tetapi juga dapat merupakan badan hukum. Menurut Pasal 1321 KUHPdata, tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan. Dalam perkembangan putusan-putusan pengadilan, sepakat tidak sah apabila ada penyalahgunaan keadaan. Kesepakatan yang dilakukan dengan paksaan dapat terjadi karena paksaan secara fisik dan paksaan secara psikis. Paksaan secara fisik bersifat absolut sedangkan paksaan secara psikis bersifat relatif. Jika kesakatan diperoleh dengan jalan muslihat licik, dimana gambaran keadaan dan kejadian menjadi berkesan benar, maka kesepakatannya diperoleh melalui penipuan. Jika kesepakatan diberi karena hal-hal di atas, maka cacat kehendak dalam perjanjian. Perjanjoan oleh karenanya dapat dibatalkan. Terhadap perjanjian tersebut

⁵⁰*Ibid*, hlm. 20.

dapat dimintakan pembatalan, bukan perjanjian batal dengan sendirinya atau batal demi hukum.

Mengenai syarat kedua Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu kecakapan, para pihak dalam perjanjian jual beli harus dapat dikatakan cakap melakukan perbuatan hukum. Cakap menurut hukum maksudnya adalah dewasa dan sehat pikirannya. Jadi subjek jual beli bukan orang-orang yang belum dewasa dan bukan orang-orang yang berada di bawah pengampuan. Jika orang yang belum dewasa dan orang yang berada di bawah pengampuan ingin melakukan perbuatan hukum maka bagi orang yang belum dewasa diwakili oleh orang tua atau walinya, dan bagi orang yang di bawah pengampuan oleh pengampu atau kuratornya.⁵¹

b. Objek Jual Beli

Objek jual beli adalah tanah atau benda. Bertitik tolak dari pengertian benda adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan objek harta benda atau harta kekayaan. Maka yang dapat menjadi objek jual beli adalah segala sesuatu yang bernilai atau harta kekayaan. Segala sesuatu yang bernilai harta kekayaan ini mencakup benda bergerak dan bendatidak bergerak. Untuk benda bergerak bisa berupa benda berwujud dan benda tidak berwujud. Benda bergerak yang berwujud contohnya adalah kapal, perkakas rumah, mebel, perhiasan dan sebagainya, sedangkan benda bergerak tidak berwujud misalnya piutang, saham, hak-hak. Benda yang tidak bergerak contohnya adalah tanah, rumah, sawah dan sebagainya. Bahkan objeknya juga termasuk barang yang diharapkan dimasa yang

⁵¹*Ibid*, hlm. 46.

akan datang. Hal ini sesuai dengan Pasal 1332 KUHPerdara yaitu hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Jadi apa yang dapat dijadikan objek persetujuan merupakan objek jual beli, dengan syarat benda tersebut harus sudah ada atau tidak gugur pada saat persetujuan jual beli diperbuat, sehingga jual beli dianggap sah.

Untuk objek jual beli yang merupakan benda berwujud (barang). Jika pada saat penjualan barang yang dijual sama sekali telah musnah, maka pembelian adalah batal. Akan tetapi jika hanya sebagian saja yang musnah, maka si pembeli adalah leluasa untuk meniadakan pembelian atau menuntut bagian yang masih ada, serta menyeluruh menetapkan harganya menurut penilaian yang seimbang.

4. Kewajiban Pihak Penjual

Menurut Gunawan Widjaja dan Kartini Mulyadi, ketentuan umum mengenai perikatan untuk menyerahkan sesuatu (Pasal 1235 KUHPerdara) dan ketentuan yang diatur secara khusus dalam ketentuan jual beli (Pasal 1474 KUHPerdara), penjual memiliki 3 (tiga) kewajiban pokok mulai dari sejak jual beli terjadi menurut ketentuan Pasal 1458 KUHPerdara. Menurut ketentuan tersebut, secara prinsip penjual memiliki kewajiban untuk:⁵²

- a. Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya
- b. Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan, atau jika tidak telah ditentukan saatnya atas permintaan pembeli

⁵² Gunawan Widjaja, *Jual Beli*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 127.

c. Menanggung kebendaan yang dijual tersebut

Dalam Pasal 1474 KUHPerdara menjelaskan bahwa, sebagai pihak penjual memiliki dua kewajiban penting dalam pelaksanaan perjanjian. Kewajiban tersebut adalah menyerahkan suatu barang dan menanggungnya. Penyerahan (*levering*) adalah cara memperoleh hak milik karena adanya pemindahan hak milik dari seseorang yang berhak memindahkannya kepada orang lain yang memperoleh hak milik itu. Cara memperoleh hak milik dengan penyerahan ini merupakan cara yang paling banyak dilakukan. Selanjutnya kewajiban penjual adalah untuk memelihara dan merawat kebendaan dan merupakan kewajiban yang dibebankan berdasarkan ketentuan umum mengenai perikatan untuk menyerahkan atau memberikan sesuatu sebagaimana diatur dalam Pasal 1235 KUHPerdara:

5. Kewajiban Pihak Pembeli

Kewajiban utama si pembeli adalah membayarkan harga pembelian pada waktu dan di tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian, namun apabila itu tidak diperjanjikan maka dibayar pada saat penyerahan barang. Jika si pembeli, dalam penguasaannya atas barang yang dibeli, diganggu oleh suatu tuntutan hukum yang berdasarkan hipotik atau suatu tuntutan untuk meminta kembali barangnya, atau jika si pembeli mempunyai alasan yang patut untuk khawatir bahwa ia akan diganggu, maka dapatlah ia menangguhkan pembayaran harga pembelian hingga si penjual telah menghentikan gangguan tersebut, kecuali jika si penjual memilih memberikan jaminan, atau jika telah diperjanjikan bahwa si pembeli diwajibkan membayar biarpun ada gangguan.⁵³

⁵³ Subekti (a), *op.cit*, hlm. 24.

Harga pembayaran harus berbentuk uang, sebab jika dalam pembayaran tidak ada sejumlah uang yang dibayarkan, maka tidak dapat dikatakan telah terjadi jual beli, melainkan perbuatan hukum lain misalnya tukar menukar. Harga juga dapat dibayar dengan mata uang apa saja, sesuai dengan apa yang disepakati oleh kedua belah pihak. Pembayaran harga ini dilakukan di tempat penyerahan barang dan saat barang diserahkan, kecuali di tempat dan pada waktu tersebut para pihak dapat menentukan lain.

C. Transaksi *E-commerce*

1. Pengertian *E-commerce*

E-commerce merupakan bagian dari *electronic bussines* (bisnis yang dilakukan melalui media elektronik). Kalangan bisnis memberikan definisi tentang *e-commerce* sebagai segala bentuk perniagaan/perdagangan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapat David Baurm, menyebutkan bahwa:⁵⁴

“e commerce is a dynamic sets of tecnologies, application, and bussnies procces that link enterprisesm consumers and communities through electronic transaction and the electronic exchange of goods, services and information”. (*E-commerce* adalah suatu set dinamus teknologi, aplikasi dan kegiatan bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, service dan informasi).

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) secara garis besar didefinisikan sebagai cara untuk menjual dan membeli barang-barang dan atau jasa melalui jaringan internet. Salah satu langkah awal yang harus dilakukan perusahaan-perusahaan untuk dapat melaksanakan perdagangan elektronik adalah

⁵⁴ Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, Elex Media Computindo, Jakarta, 2000, hlm. 2.

mengubah data-data yang dimilikinya dalam bentuk digital. Hal ini sangat dimungkinkan dengan semakin murah dan canggihnya komputer-komputer pribadi saat ini. Hal yang patut diperhatikan adalah terjadinya sinergi yang signifikan antara penggunaan informasi digital, praktek bisnis terkomputerisasi, serta internet. Sinergi inilah yang memungkinkan terjadinya perdagangan elektronik.⁵⁵

2. Keuntungan Perdagangan Elektronik

Perdagangan secara elektronik menawarkan kepada perusahaan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang. Perdagangan elektronik tidak hanya membuka pasar baru bagi produk dan/atau jasa yang ditawarkan, mencapai konsumen baru, tetapi ia juga dapat mempermudah cara perusahaan melakukan bisnis. Di samping itu, perdagangan elektronik juga sangat bermanfaat bagi pelanggan/konsumen dan masyarakat umum. Secara umum ada berbagai manfaat lain yang didapat perusahaan saat melakukan perdagangan secara elektronik. Beberapa manfaat lain tersebut adalah sebagai berikut:⁵⁶

a. Keuntungan bagi Perusahaan

1) Memperpendek jarak

Perusahaan-perusahaan dapat lebih mendekatkan diri dengan konsumen. Dengan hanya mengklik *link-link* yang ada pada situs-situs, konsumen dapat menuju ke perusahaan-perusahaan dimana pun saat itu konsumen berada.

⁵⁵ Adi Nugroho, *E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Informatika Bandung, Bandung, 2006, hlm. 6.

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 19.

2) Perluasan pasar

Jangkauan pemasaran menjadi semakin luas dan tidak terbatas oleh area geografis dimana perusahaan berada.

3) Perluasan jaringan mitra bisnis

Pada perusahaan tradisional, sangat sulit bagi suatu perusahaan untuk mengetahui posisi geografis mitra kerjanya yang berada di negara-negara lain atau benua lain. Bagaimanapun juga mitra kerja sangat penting untuk melakukan konsultasi dan kerjasama baik teknis maupun non teknis. Dengan adanya perdagangan elektronik melalui jaringan internet, maka hal-hal tersebut bukan menjadi masalah yang besar lagi.

4) Efisien

Perdagangan elektronik akan sangat memangkas biaya-biaya operasional. Perusahaan-perusahaan yang berdagang secara elektronik tidak membutuhkan kantor dan toko yang besar, menghemat kertas yang dipergunakan untuk transaksi, periklanan. Selain itu, perdagangan elektronik juga sangat efisien dari sudut waktu yang digunakan. Pencarian informasi-informasi produk/jasa dan transaksi-transaksi dapat dilakukan lebih cepat dan lebih akurat.

b. Keuntungan bagi Konsumen

1) Efektif

Konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk/jasa yang dibutuhkannya dan bertransaksi dengan cara yang cepat dan murah.

2) Aman secara fisik

Konsumen tidak perlu mendatangi toko tempat perusahaan menjajakan barangnya dan memungkinkan konsumen dapat bertransaksi dengan aman sebab di daerah-daerah tertentu mungkin sangat berbahaya jika berkendara dan membawa uang tunai dalam jumlah yang cukup besar.

3) Fleksibel

Konsumen dapat melakukan transaksi dari berbagai lokasi, baik dari rumah, kantor, warnet, atau tempat-tempat lainnya.

c. Keuntungan bagi Masyarakat Umum

1) Mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan

Dengan adanya perdagangan elektronik yang dapat dilakukan dimana saja, konsumen tidak perlu melakukan perjalanan ke toko-toko, dimana hal ini akan mengurangi jumlah kendaraan yang berlalu lalang.

2) Membuka peluang kerja baru

Era perdagangan elektronik akan membuka peluang-peluang kerja baru. Muncul pekerjaan-pekerjaan baru seperti pemrogramana komputer, perancang web, analisis sistem, ahli di bidang jaringan komputer dan sebagainya.

3) Menguntungkan dunia akademis

Berubahnya pola hidup masyarakat dengan hadirnya perdagangan elektronik, kalangan akademisi akan semakin dipercaya dengan kajian-kajian psikologis, antropologis, sosial budaya dan sebagainya yang

berkaitan dengan cara dan pola hidup yang berkaitan dengan dunia maya.

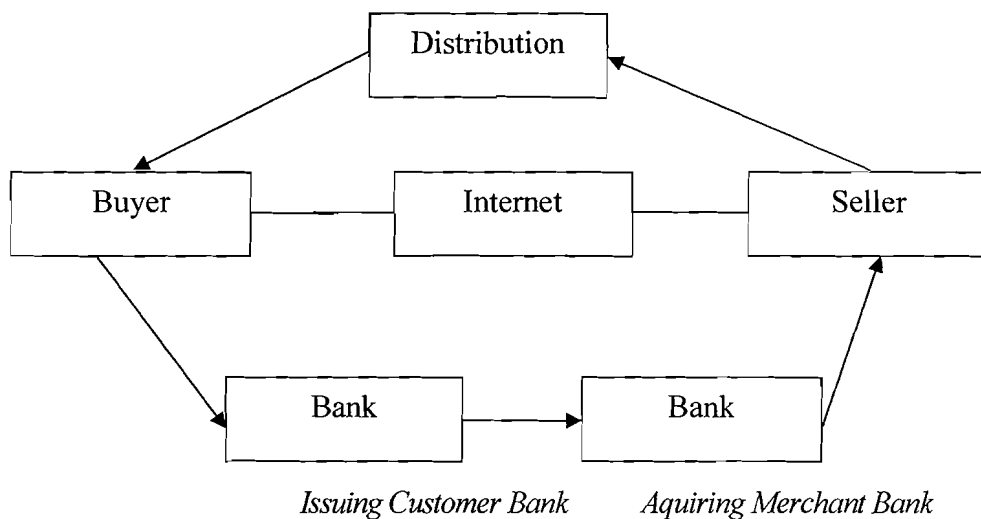
4) Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia

Perdagangan elektronik akan merangsang orang-orang untuk mempelajari teknologi komputer demi kepentingan mereka sendiri sehingga harus mempelajarinya dengan baik.⁵⁷

3. Mekanisme Transaksi *E-commerce*

Mekanisme transaksi *e-commerce* dapat digambarkan sebagai berikut:⁵⁸

Gambar 1. Mekanisme *E-commerce*



Berdasarkan gambar di atas maka tahapan dalam transaksi *e-commerce* dapat diurutkan sebagai berikut:

- E-customer* dan *e-merchant* bertemu dalam dunia maya melalui server yang disewa dari *Internet Server Provider* (ISP) oleh *e-merchant*;

⁵⁷ *Ibid.*, hlm. 21.

⁵⁸ Riyeko Ustadiyanto, *Framework e-commerce*, ANDI, Yogyakarta, 2001, hlm. 20.

- b. Transaksi *e-commerce* disertai *term of uses* dan *sales term condition* atau klausula standar yang pada umumnya *e-merchant* telah meletakkan klausula kesepakatan pada websitenya, sedangkan *e-customer* jika berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menerima;
- c. Penerimaan *e-customer* melalui mekanisme klik disebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak *e-merchant*;
- d. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *Issuing Customer Bank* dan *Aquiring Merchant Bank*;
- e. Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak *e-merchant* berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

BAB III

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS PEMENUHAN HAK INFORMASI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA *ONLINE*

A. Pemenuhan Hak atas Informasi bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara *Online*

1. Gambaran Umum Transaksi Jual Beli Secara *Online*

Transaksi jual beli secara *online* merupakan transaksi jual beli yang dilakukan dengan berbasis pada teknologi internet. Melalui transaksi jual beli secara *online*, penjual dan pembeli akan mengandalkan internet sebagai media transaksi. Begitu pula untuk sistem pembayarannya yang lebih banyak menggunakan metode transfer dan pengiriman produk melalui jasa paket antar. Toko *online* lebih sering tidak ada bentuk riilnya, sebab hanya sebatas sebuah situs atau akun pada media internet dan hampir seluruh data-data yang digunakan merupakan data dalam bentuk digital. Oleh sebab itu, pada satu sisi tatap muka langsung antara penjual dan pembeli kemudian menjadi tidak terlalu diperlukan, dan pada sisi lain produk yang diperjualbelikan tidak dapat dilihat secara riil terlebih dahulu oleh pembeli sebelum transaksi terjadi.

Seiring dengan perkembangan teknologi, transaksi jual beli secara *online* dapat dikatakan sangat berkembang pesat. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari semakin maraknya bisnis melalui toko *online*. Tidak terkecuali transaksi jual beli secara *online* di kawasan Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman yang memiliki pertumbuhan ekonomi baik, serta

banyak menjadi tujuan pelajar berbagai daerah untuk mengenyam pendidikan. Kondisi tersebut pada akhirnya menjadi suatu faktor pendorong tersendiri bagi perkembangan transaksi jual beli secara *online* sebab terdapat segmen pasar yang pasti.⁵⁹ Segmen pasar pelajar dan mahasiswa pada kondisi demikian merupakan segmen pasar yang dinilai menjanjikan bagi para pemilik toko *online*.

Proses transaksi jual beli secara *online* diawali dari adanya promosi yang dilakukan oleh pihak pemilik toko *online* sebagai penjual. Promosi dalam hal ini dilakukan oleh pihak penjual dengan berbagai cara sehingga dapat menarik pembeli untuk melakukan transaksi. Menurut penuturan Pita, salah seorang pemilik toko *online* di Yogyakarta, promosi merupakan hal yang sangat penting untuk membuat masyarakat mengetahui keberadaan toko *online*-nya sehingga diharapkan transaksi akan terjadi.⁶⁰ Promosi dapat dilakukan dalam berbagai cara yang pada intinya akan ditujukan guna memperkenalkan keberadaan toko *online* terlebih dahulu sebelum akhirnya digunakan untuk meningkatkan transaksi.

Promosi yang biasa dilakukan oleh pemilik toko *online* adalah dengan selalu memperbaharui informasi pada media yang digunakan sehingga dapat menarik pembeli.⁶¹ Ketika media yang digunakan selalu menyediakan informasi terbaru, maka pembeli akan merasa memiliki keyakinan tersendiri atas suatu toko *online* sehingga muncul adanya kepercayaan untuk melakukan transaksi dengan pihak penjual secara *online*.

⁵⁹Hasil wawancara dengan Bapak Heru Muslimin, Kasatreskrim Polres Sleman, pada 13 Mei 2013.

⁶⁰Hasil wawancara dengan Pita, Pemilik Toko *Online*, pada 19 Mei 2013.

⁶¹*Ibid.*

Selain itu, promosi dalam hal ini juga dilakukan dengan cara membuat tampilan media yang digunakan semenarik mungkin, seperti penggunaan visual dengan komposisi warna dan bentuk yang tepat.⁶² Ketika pembeli mengunjungi halaman toko *online* tertentu di internet, maka tampilan halaman tersebut menjadi sangat menentukan sebab apabila terlihat tidak menarik maka kecenderungan pembeli segera meninggalkan halaman tersebut menjadi semakin besar.

Cara promosi lainnya yang dinilai oleh pemilik toko *online* cukup efektif menarik pembeli adalah dengan memberikan promo berupa potongan harga untuk produk tertentu atau untuk penjualan pada waktu tertentu.⁶³ Metode tersebut menurut Widha sebagai pemilik toko *online* dinilai sangat efektif untuk membuat penjual menjadi tertarik melakukan transaksi. Selain itu, melalui pemberian potongan harga maka jumlah transaksi dapat ditingkatkan karena segmen sasaran menjadi lebih luas.

Berbagai cara promosi sebagaimana telah diuraikan merupakan cara-cara yang dilakukan oleh pihak penjual guna menarik pembeli sehingga transaksi jual beli terjadi. Efektifnya promosi untuk menarik minat pembeli melakukan transaksi kemudian membuat beberapa pihak penjual memberikan promosi secara berlebihan yang terkadang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pada satu sisi, berbagai metode promosi tersebut akan memberikan keuntungan bagi pihak penjual sebab transaksi dapat ditingkatkan. Pada sisi lain, promosi yang dilakukan juga

⁶² Hasil wawancara dengan Widha, Pemilik Toko *Online*, pada 17 Mei 2013.

⁶³ *Ibid.*

dapat menimbulkan kerugian bagi pihak pembeli apabila dilakukan dengan tidak benar serta tidak bertanggung jawab.

Ketika pembeli merasa tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh pihak pembeli, maka transaksi dapat dilakukan. Secara umum, transaksi pada jual beli secara *online* meliputi prosedur pembayaran dan pengiriman produk.⁶⁴ Prosedur pembayaran pada umumnya dilakukan dengan cara transfer melalui bank yang dalam hal ini dapat dilakukan sesuai perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli. Berikut adalah sistem pembayaran yang lazim digunakan pada transaksi jual beli secara *online*:⁶⁵

- a. Pembeli melakukan transfer uang sejumlah 100 % dari harga produk, kemudian penjual mengirim produk pada pembeli; atau
- b. Pembeli melakukan transfer uang sebagian dari harga produk sebagai tanda jadi (DP) kemudian penjual akan mengirim produk pada pembeli. Setelah pembeli menerima produk tersebut, kemudian sisa pembayaran ditransfer pada penjual seluruhnya;
- c. Penjual mengirim produk pada pembeli dan setelah produk diterima oleh pembeli maka pembeli akan melakukan transfer uang sejumlah harga produk yang telah diterima; atau
- d. Pembeli membayarkan uangnya secara langsung pada penjual ketika keduanya bertemu langsung di lokasi yang menjadi kesepakatan pada saat kedua belah pihak setuju melakukan pertemuan langsung untuk serah terima barang.

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Bagas, Pemilik Toko *Online*, pada 18 Mei 2013.

⁶⁵ *Ibid.*

Penggunaan sistem pembayaran tersebut akan berbeda-beda tergantung pada perjanjian di antara pihak penjual dan pembeli, walaupun tidak jarang dijumpai pihak penjual yang telah menetapkan ketentuan tersebut dan pihak pembeli harus menaatinya untuk setiap transaksi yang dilakukan. Pertimbangan pemilihan sistem pembayaran tersebut selain sangat dipengaruhi oleh kepercayaan antara kedua pihak juga dipengaruhi oleh jenis barang yang diperjualbelikan maupun jarak antara lokasi penjual dengan pembeli. Aspek kepercayaan terutama terkait dengan kepercayaan pembeli pada penjual atas uang yang telah ditransfer, kepercayaan penjual pada pembeli atas produk yang telah dikirim, maupun kepercayaan pada kualitas barang yang diperjualbelikan.

Kepercayaan dalam hal ini memainkan peranan penting bagi terciptanya kelancaran proses transaksi jual beli secara *online* sebagaimana telah disebutkan sebelumnya. Pada sisi lain, aspek kepercayaan inilah yang kemudian membuka celah akan terjadinya wanprestasi terkait kesepakatan transaksi yang telah dibuat oleh penjual dan pembeli sehingga menyebabkan transaksi jual beli secara *online* menjadi cukup rentan akan mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak. Dalam hal ini, kemungkinan pihak pembeli untuk dirugikan dapat dikatakan cenderung lebih besar sebab kerugian dapat berupa:

- a. kekecewaan karena kondisi barang tidak sesuai dengan gambar yang dilihat di media *online*, atau
- b. spesifikasi produk yang diberitahukan di media *online*, tidak sesuai dengan spesifikasi yang diterima oleh pembeli, atau

- c. keterlambatan pengiriman produk dan atau penerimaan produk yang dipesan, atau
- d. bahkan sampai pada kerugian akibat adanya penipuan oleh pihak penjual karena barang tidak pernah dikirim setelah pembeli melakukan transfer sesuai permintaan penjual.

Selain prosedur pembayaran, transaksi jual beli *online* juga terkait dengan proses pengiriman produk. Prosedur pengiriman produk pada transaksi jual beli secara *online* juga beragam sesuai perjanjian pihak pembeli dan penjual sebelum transaksi dilakukan. Menurut penuturan Bagas sebagai pemilik toko *online*, berikut ini merupakan beberapa bentuk prosedur pengiriman yang lazim digunakan dalam transaksi jual beli secara *online*:⁶⁶

- a. Pembeli menanggung 100 % biaya pengiriman produk sehingga transfer uang pada penjual adalah sejumlah harga produk ditambah biaya pengiriman. Biaya pengiriman tersebut dapat berbeda antara satu transaksi dengan transaksi lain, tergantung pada jasa pengiriman paket barang yang dipilih serta jarak antara pembeli dengan keberadaan pemilik toko *online* sebagai penjual.
- b. Penjual menetapkan harga produk yang telah termasuk biaya pengiriman sehingga harga produk yang disepakati telah mencakup pula biaya pengiriman produk pada pembeli. Oleh sebab itu, pembeli hanya cukup melakukan transfer sebesar harga produk yang tertera pada toko *online* tanpa ditambah dengan biaya pengiriman lagi.

⁶⁶*Ibid.*

- c. Penjual menetapkan pembebasan biaya pengiriman untuk pembeli yang berada di kawasan tertentu dan membebankan biaya pengiriman bagi pembeli di kawasan lain atas dasar perhitungan jarak penjual dan pembeli di lapangan.
- d. Produk diantar secara langsung oleh pihak penjual di lokasi tertentu yang telah disepakati dengan pembeli sehingga memungkinkan adanya tatap muka langsung antara penjual dengan pembeli. Melalui sistem tersebut, dimungkinkan biaya pengiriman untuk dapat dikatakan gratis sebab pembeli hanya membayar sejumlah harga barang yang dibeli saja.

Beberapa hal tersebut merupakan prosedur pengiriman produk serta kesepakatan pembebanan biaya pengiriman. Prosedur tersebut pada umumnya telah dijelaskan oleh pihak penjual sejak sebelum kesepakatan transaksi jual beli terjadi. Pihak penjual dalam hal ini akan menentukan prosedur pengiriman barang yang berlaku untuk transaksi di toko *online* tersebut. Selanjutnya, pihak penjual harus memahaminya terlebih dahulu, sebab ketika pembeli sepakat melakukan transaksi, maka secara tidak langsung pembeli dianggap telah menyetujui ketentuan tersebut. Selain itu, pemilihan prosedur pengiriman produk juga akan sangat bergantung pada jenis produk yang diperjualbelikan serta kesepakatan di antara pihak penjual dan pembeli.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa kesepakatan antara penjual dan pembeli sangat mempengaruhi proses transaksi jual beli secara *online*. Hal demikian dikarenakan pada transaksi jual beli secara *online* beberapa kondisinya tidak sama dengan transaksi jual beli secara langsung.

Oleh sebab itu, pada transaksi jual beli secara *online* perjanjian jual beli banyak diwujudkan melalui kesepakatan-kesepakatan antara penjual dan pembeli sebelum transaksi terjadi yang meliputi beberapa aspek sebagaimana telah diuraikan. Tujuannya adalah untuk membuat kedua belah pihak dapat terpenuhi hak-haknya masing-masing melalui transaksi jual beli tersebut walaupun keduanya tidak melakukan pertemuan secara langsung.

Tidak seperti transaksi jual beli langsung, pada transaksi jual beli secara *online* pada umumnya tidak ada surat perjanjian jual beli yang nyata dimiliki oleh pihak penjual dan pembeli. Dalam hal ini, pihak pemilik toko *online* biasanya akan menampilkan peraturan-peraturan tertentu yang dapat diartikan bahwa pembeli telah menyetujui pasal-pasal pada ketentuan tersebut ketika transaksi dilakukan.⁶⁷ Oleh sebab itu, pemilik toko *online* biasanya akan memberikan anjuran pada pembeli untuk terlebih dahulu membaca ketentuan-ketentuan tersebut sebelum transaksi dilakukan.

Tidak adanya perjanjian jual beli pada transaksi jual beli *online* yang serupa dengan transaksi jual beli pada umumnya bukan berarti bahwa transaksi jual beli secara *online* menjadi tidak dapat dilakukan tanpa perjanjian jual beli. Hal demikian dikarenakan sesuai ketentuan dalam Pasal 1458 KUHPerdara, jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak sewaktu telah tercapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang belum diserahkan maupun harganya belum dibayar. Dilihat dari ketentuan pasal tersebut, dapat diketahui bahwa inti dari perjanjian jual beli adalah kesepakatan terhadap barang dan harga. Oleh sebab itu, perjanjian jual beli

⁶⁷*Ibid.*

pada transaksi jual beli secara *online* sesungguhnya telah dinyatakan berlaku ketika penjual dan pembeli telah sepakat mengenai harga atas produk tertentu, meskipun pembeli belum melakukan transfer uang pada penjual atau meskipun penjual belum melakukan pengiriman produk yang diinginkan pembeli.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* tetap memiliki kekuatan mengikat sebagaimana transaksi jual beli secara langsung pada umumnya. Atas dasar hal tersebut, maka pemenuhan hak dan kewajiban bagi pihak penjual dan pembeli menjadi tetap berlaku sesuai ketentuan transaksi jual beli pada umumnya pula. Oleh sebab itu, ketika terdapat pihak yang tidak memenuhi kewajiban atau hak pihak lain dalam suatu transaksi jual beli secara *online* dan tindakan tersebut bersifat menimbulkan kerugian pada pihak lain, maka dalam hal ini ketentuan hukum dapat digunakan untuk menyelesaikannya.

Aspek kewajiban dalam hal ini berkaitan dengan berbagai kewajiban dari pihak pemilik toko *online* sebagai penjual kepada pada konsumennya, sedangkan hak yang harus dipenuhi cenderung berkaitan dengan hak-hak dari pembeli. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa transaksi jual beli *online* memiliki satu kelemahan yang dapat merugikan konsumen. Kelemahan tersebut di antaranya adalah besarnya peluang terjadinya pelanggaran hak konsumen yang mungkin muncul akibat berbagai cara promosi pemilik toko *online*.

Pada dasarnya, terkait dengan hal demikian telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 huruf b Undang-Undang

tersebut menyatakan bahwa hak konsumen adalah hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Ketentuan tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa pembeli dalam transaksi jual beli secara *online* mendapat jaminan atas kondisi produk sesuai yang dijanjikan. Oleh sebab itu ketika transaksi telah dilakukan dan ternyata produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan penjual maka dalam hal ini penjual telah melanggar hak dari pihak pembeli.

Salah satu kewajiban penjual dalam hal ini diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang pada Pasal 7 huruf g menyebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa pihak pembeli mendapat jaminan atas kebenaran substansi promosi yang dilakukan penjual. Ketika promosi yang dilakukan penjual menarik minat pembeli dan transaksi jual beli terjadi, maka apabila pembeli telah memenuhi kewajibannya tentu penjual dalam hal ini harus mampu mempertanggungjawabkan substansi promosi produknya yang telah dilakukan.

Sebagaimana disebutkan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf h bahwa hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Oleh sebab itu ketika substansi promosi diketahui

tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya diterima konsumen setelah transaksi terjadi maka dalam hal ini dapat dinilai sebagai satu bentuk wanprestasi dari penjual sebagai pelaku usaha dalam transaksi jual beli.

2. Pemenuhan Hak atas Informasi dalam Transaksi Jual Beli *Online*

Transaksi jual beli secara *online* memungkinkan penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu secara langsung. Oleh sebab itu, penjual dan pembeli dalam hal ini menjadi tidak terbatas, artinya tidak ada batasan ruang di antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Kondisi demikian membuat kejelasan informasi mengenai perjanjian jual beli menjadi sangat penting. Informasi mengenai perjanjian jual beli yang dimaksud meliputi kejelasan barang (misalnya bentuk, jenis, warna, jumlah, kualitas), kejelasan proses pembayaran (misalnya kapan, bagaimana, melalui apa atau dengan cara bagaimana, berapa harga yang harus dibayar), mekanisme pengiriman barang yang diperjualbelikan, kejelasan informasi mengenai ciri-ciri dan spesifikasi produk yang diperjualbelikan, informasi mengenai harga produk, informasi mengenai sistem pemesanan, maupun mekanisme yang dapat ditempuh apabila salah pihak penjual melakukan wanprestasi.

Informasi mengenai kejelasan proses pembayaran dan pengiriman barang diperlukan sehingga pihak pembeli merasa uangnya aman serta produk yang telah dibeli dijamin dapat diterima sesuai dengan kesepakatan. Sementara itu, kejelasan harga produk dan ciri-ciri serta spesifikasi produk merupakan informasi yang sangat diperlukan oleh konsumen sebelum

menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Terlebih dalam transaksi jual beli secara *online* terkadang pembeli tidak dapat melihat langsung produk yang akan dibeli dan tidak jarang penjual menerapkan peraturan bahwa barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan.⁶⁸ Oleh sebab itu, pihak pembeli sangat memerlukan informasi mengenai harga, ciri-ciri, dan spesifikasi produk sehingga tidak menimbulkan kekecewaan setelah transaksi dilakukan.

Sementara itu, informasi mengenai sistem pemesanan produk pada transaksi jual beli secara *online* dalam hal ini juga tidak kalah penting. Informasi tersebut berkaitan dengan beberapa sistem pemesanan yang lazim diberlakukan oleh pemilik toko *online*. Sistem tersebut misalnya:⁶⁹

- a. Sistem *pre-order* yang berarti pembeli harus menunggu produk siap atau tersedia untuk beberapa waktu sejak waktu pemesanan
- b. Sistem *booking* untuk jangka waktu tertentu yang berarti dalam jangka waktu tersebut pembeli harus melakukan transfer (DP atau penuh tergantung kesepakatan). Ketika dalam waktu yang ditentukan tersebut pembeli tidak melakukan transfer maka *booking* dianggap tidak berlaku (*cancel*) sehingga produk dapat ditawarkan pada pembeli lain.
- c. Sistem *waiting list* yang berarti penjual menerapkan sistem pemesanan dengan nomor urutan bagi pembelinya.

⁶⁸Hasil wawancara dengan Pita, *loc. cit.* Transaksi ini melanggar Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu larangan bagi pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian, bahwa pelaku usaha berhak untuk menolak penyerahan kembali barang yang dibeli oleh konsumen.

⁶⁹*Ibid.*

Kejelasan sistem pemesanan merupakan aspek yang penting dalam transaksi jual beli *online* khususnya untuk menghindari adanya konflik di antara pembeli yang menginginkan produk sama atau menghindari adanya kekecewaan pada pembeli akibat ekspektasi waktu pengiriman barang yang mungkin tidak sesuai dengan kenyataan. Selain itu, kejelasan sistem pemesanan juga bermanfaat untuk mempermudah pengelolaan pemesanan bagi pihak penjual. Terkait dengan pengelolaan pemesanan bagi pihak penjual, dalam hal ini penjual berkewajiban untuk memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.⁷⁰ Hal demikian harus dilakukan dengan baik oleh penjual sehingga pada proses pengelolaan pemesanan baik dalam sistem *pre-order*, *booking*, maupun *waiting list* dapat berlangsung sesuai urutan pemesanan dengan adil. Khususnya yaitu terkait dengan produk-produk tertentu yang terbatas jumlahnya namun banyak diminati. Apabila urutan pemesanan tidak dilakukan dengan adil atau terdapat pembeli tertentu yang diprioritaskan, maka akan terdapat hak konsumen yang dilanggar dalam transaksi tersebut. Hak pembeli tersebut diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf g yang menyatakan bahwa hak konsumen adalah untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Jika dalam transaksi jual beli secara langsung hak tersebut berkaitan dengan pelayanan langsung dari penjual atau dari pramuniaga, maka dalam transaksi jual beli *online* tindakan tidak diskriminatif dapat diwujudkan dalam aspek keadilan ketika proses pengelolaan urutan pemesanan produk oleh pembeli.

⁷⁰ Pasal 7 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Sebagaimana diketahui bahwa toko *online* merupakan suatu bentuk *e-merchant* yang tidak selalu ada bentuk riilnya. Pada satu sisi hal demikian sangat baik bagi upaya penekanan modal bagi pihak penjual karena tidak memerlukan biaya untuk lokasi pendirian toko sebagai tempat usahanya.⁷¹ Pada sisi lain, kondisi demikian membuat keterbukaan informasi mengenai proses pengaduan dari pihak pembeli menjadi sangat diperlukan. Proses pengaduan yang dimaksud yaitu pengaduan berupa keluhan atas kekecewaan pembeli yang mungkin terjadi karena ada ekspektasi yang tidak terpenuhi, keluhan mengenai tidak sesuainya produk yang diterima dengan yang disepakati, maupun keluhan ketika pihak penjual melakukan tindakan wanpretasi. Apabila transaksi jual beli dilakukan secara langsung, maka berbagai keluhan tersebut juga dapat disampaikan secara langsung pada pihak toko atau penjual. Arah tujuan keluhan menjadi sangat jelas karena toko tempat transaksi juga jelas lokasinya. Berbeda dengan transaksi jual beli secara *online* yang tidak ada lokasi nyatanya tempat toko berada.

Apabila tidak ada kejelasan informasi mengenai identitas penjual, lokasi penjual, ataupun kontak yang dapat dihubungi, maka akan sangat mempersulit pihak pembeli yang akan menyampaikan berbagai macam keluhan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Oleh sebab itu, kejelasan informasi mengenai mekanisme penyampain berbagai keluhan tersebut menjadi salah satu bagian dari informasi penting yang harus diberikan oleh pihak penjual pada pembeli sejak sebelum proses transaksi jual beli berlangsung.

⁷¹ Hasil wawancara dengan Bapak Heru Muslimin, *loc. cit.*

Dikarenakan pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, maka melalui sistem jual beli secara *online* berbagai kejelasan informasi tersebut menjadi sangat diperlukan. Kejelasan informasi dalam hal ini diperlukan sebab pada transaksi jual beli secara *online* tidak ada surat perjanjian jual beli secara kasat mata sebagaimana pada transaksi jual beli secara langsung. Selain itu, kejelasan informasi juga dapat membuat transaksi jual beli secara *online* yang rentan akan terjadinya wanprestasi menjadi lebih jelas segala sesuatunya sebelum transaksi dilakukan.

Kejelasan informasi bagi pembeli atas berbagai jenis informasi seperti telah diuraikan sebelumnya merupakan suatu bentuk hak dari pihak pembeli dalam transaksi jual beli, termasuk dalam transaksi jual beli secara *online*. Hal demikian sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang dalam Pasal 4 huruf c menyebutkan bahwa hak konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pada sisi lain, pemberian informasi secara benar, jelas, dan jujur juga menjadi bagian dari tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana disebutkan dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka dapat dilihat dengan jelas bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur adanya hak bagi konsumen untuk mendapat informasi dan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi dalam setiap transaksi jual beli yang dilakukan.

Pada ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tersebut, dapat dilihat bahwa dalam hal ini terdapat tiga aspek penting terkait dengan hak atas informasi yaitu aspek informasi yang benar, informasi yang jelas, dan informasi yang jujur. Informasi yang benar berarti informasi yang sesuai dengan kondisi produk sesungguhnya. Informasi yang jelas dapat diartikan sebagai informasi rinci mengenai berbagai hal yang seharusnya diketahui oleh pihak pembeli, khususnya terkait dengan produk yang akan dibeli, yang dapat menjadi satu bagian pertimbangan bagi pembeli untuk memutuskan pilihannya. Sementara informasi yang jujur berarti informasi yang tidak dilebih-lebihkan sehingga tidak menimbulkan ekspektasi berlebihan bagi pihak pembeli.

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tersebut, dapat diketahui bahwa kejelasan informasi merupakan salah satu bagian dari hak konsumen yang dilindungi oleh undang-undang. Pada sisi lain, pemberian kejelasan informasi menjadi kewajiban pihak penjual yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli secara *online*. Oleh sebab itu, ketika pihak penjual tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur maka dalam hal ini pihak penjual tidak memenuhi hak pembeli serta telah melakukan suatu tindakan pelanggaran atas ketentuan undang-undang.

3. Permasalahan terkait Pemenuhan Hak atas Informasi dalam Transaksi Jual Beli *Online*

Pemenuhan hak atas informasi bagi pembeli merupakan hal yang sangat penting sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Ketika penjual

dalam transaksi jual beli secara *online* tidak memenuhi kewajibannya memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur bagi pembelinya, maka kondisi demikian akan membuat adanya kecenderungan kerugian bagi pihak pembeli semakin besar. Kerugian yang dimaksud dapat berupa sikap tidak puas atau kekecewaan atas produk yang dibeli karena tidak sesuai dengan ekspektasinya, sampai pada kerugian berupa materi akibat tindak penipuan yang dialami ketika uang sudah ditransfer namun barang tidak pernah diterima.

Sebagaimana diketahui bahwa proses jual beli secara *online* dilakukan melalui perantara internet yang dalam hal ini dapat digunakan media berupa *website* maupun berbagai jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*. *Facebook* sebagai jejaring sosial yang saat ini banyak digemari merupakan salah satu media jual beli yang mudah ditemui. Banyaknya jumlah pengguna *facebook* dalam hal ini menjadi aspek yang mempermudah proses jual beli tersebut. Pada sisi lain, banyaknya jumlah pengguna *facebook* dan kemudahan untuk membuat akun *facebook* membuat banyaknya kasus pelanggaran transaksi jual beli secara *online* banyak disumbang oleh jual beli melalui media *facebook* tersebut, termasuk kasus penipuan melalui transaksi jual beli secara *online* tersebut.⁷²

Seperti telah disebutkan sebelumnya bahwa Kabupaten Sleman merupakan salah satu kawasan di DIY yang menjadi satu pasar sasaran tersendiri bagi para pemilik toko *online* karena adanya segmen mahasiswa yang sangat menjanjikan dibanding kawasan lain di DIY. Kondisi demikian

⁷²*Ibid.*

membuat banyak pemilik toko *online* yang lebih mengarahkan pasarnya ke segmen mahasiswa.⁷³ Pada akhirnya, dalam hal ini pihak mahasiswa juga menjadi pihak yang paling sering mengalami penipuan melalui transaksi jual beli secara *online* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Kasatreskrim Polres Sleman, dapat diketahui bahwa korban penipuan dari transaksi jual beli secara *online* di Kabupaten Sleman merupakan yang paling tinggi jika dibandingkan dengan empat kawasan lainnya di Provinsi DIY.⁷⁴ Selain itu, laporan penipuan atas transaksi jual beli secara *online* yang masuk ke Polres Sleman juga dinilai lebih tinggi apabila dibandingkan dengan empat kawasan lainnya.⁷⁵ Hanya saja, untuk lebih memperdalam fokus analisis penelitian maka pada penelitian ini hanya akan dibahas 2 kasus penipuan terkait transaksi jual beli secara *online* sebagai berikut:

a. LP/542/XI/2010/DIY/RES SLM/DPB

Pihak pelapor pada kasus ini adalah Drs. Veator Renyaan (50 tahun). Pelapor merupakan seorang PNS yang beralamat di Jl. Aru No. 1 Widoro Baru Ngropoh RT 9/25, Condongcatur, Depok, Sleman. Kasus ini terjadi pada tanggal 3 November 2010 pada pukul 17.10 WIB, tepatnya di Bank Mandiri STIE YKPN Jl. Seturan, Caturtunggal, Depok, Sleman.

Kronologi kasus ini berawal dari ketertarikan pelapor pada sebuah mobil yang ditawarkan oleh terlapor. Terlapor membuat suatu iklan penjualan mobil yang dimuat melalui akun *facebook* miliknya. Karena

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ *Ibid.*

memiliki ketertarikan pada mobil tersebut, selanjutnya pelapor menanyakan berbagai kejelasan informasi terkait ciri dan spesifikasi mobil secara lebih mendalam. Setelah itu, pelapor merasa semakin tertarik pada mobil yang ditawarkan sehingga pembicaraan dengan terlapor melalui *facebook* tersebut mulai memasuki soal harga mobil.

Kesepakatan mengenai harga mobil tidak tercapai begitu saja. Pihak terlapor sebagai penjual awalnya menetapkan tawaran harga yang dinilai terlalu tinggi sehingga pelapor meminta harganya diturunkan. Setelah beberapa kali proses tawar menawar, pada akhirnya pelapor menyetujui harga yang ditawarkan untuk mobil tersebut. Persetujuan pelapor atas harga mobil yang ditawarkan oleh terlapor tersebut menunjukkan seolah terjadinya kesepakatan antara kedua belah pihak. Oleh sebab itu, dalam hal ini kedua belah pihak telah terikat pada hak dan kewajibannya masing-masing.

Setelah tercapai kesepakatan harga di antara kedua belah pihak, selanjutnya pelapor menanyakan pada terlapor mengenai proses pembayaran dan pengiriman mobil tersebut. Terlapor sebagai pihak penjual dalam hal ini tidak menghendaki pelapor membayarkan terlebih dahulu uang DP mobil ke rekening penjual sebagai bentuk tanda jadi pembelian mobil ataupun melakukan transfer seluruh uang seharga mobil tersebut. Dalam hal ini, terlapor justru meminta nomor rekening pelapor.

Tanpa adanya rasa curiga, pelapor memberikan nomor rekeningnya pada terlapor. Setelah memberikan nomor rekeningnya, terlapor kemudian memberikan instruksi lanjutan pada pelapor untuk memasukan nomor-

nomor tertentu. Tanpa adanya rasa curiga, pelapor menuruti setiap instruksi dari terlapor. Beberapa saat kemudian, pelapor mengecek saldo dalam rekeningnya dan diketahui bahwa saldonya menurun. Kerugian yang dialami oleh pelapor pada kasus penipuan tersebut adalah senilai Rp 7.998.755.

Atas dasar kerugian materi yang tidak sedikit tersebut maka selanjutnya diajukan laporan ke pihak kepolisian guna menyelesaikan perkara tersebut melalui pertanggungjawaban pihak terlapor. Kasus penipuan tersebut menjadi tidak mudah untuk dicari pihak yang bertanggung jawab dibaliknya sebab penipuan melalui akun *facebook* tersebut termasuk kategori penipuan atas transaksi jual beli secara *online* yang memerlukan penyidikan lebih lanjut oleh kepolisian.

Bedasarkan uraian kasus tersebut, dapat diketahui bahwa permasalahan terkait pemenuhan hak informasi yang terlihat adalah tidak adanya informasi mengenai mekanisme pembayaran secara jelas. Hal demikian dapat dilihat dari keterangan pelapor yang menyatakan bahwa mekanisme pembayaran diberikan melalui instruksi secara langsung oleh pihak penjual atau terlapor. Mekanisme tersebut kemudian membuat pelapor segera saja menuruti setiap instruksi yang diberikan tanpa dapat berpikir jernih. Selain itu, pemberian instruksi langsung tersebut juga membuat pelapor tidak dapat memahami dengan baik mekanisme pembayaran sebagaimana apabila informasi tersebut berupa tulisan yang dapat dibaca berulang kali sebelum transfer uang dilakukan.

b. LP/371/IV/2013/DIY/RES SLM

Pihak korban yang menjadi pelapor pada kasus ini adalah Ivan Kusuma Adi (21 tahun). Pelapor adalah seorang mahasiswa yang beralamat di Gungsari RT.01/24 Ngringo Jaten Karanganyar Jawa Tengah, namun berdomisili di Sleman. Sementara itu, terlapor dalam kasus tersebut adalah Yosef Mario Kristiawan A, pemilik rekening Bank BCA Nomor 406055xxx.

Kasus ini terjadi di Box ATM Mandiri Yogyakarta, Fakultas Teknik UGM, Sinduadi, Mlati, Sleman. Kasus ini terjadi tanggal 22 April 2013 pada pukul 13.05 WIB dan kemudian dilaporkan pada tanggal 29 April 2013. Pada kasus tersebut, tanggal kejadian dengan waktu pelaporan terpaut cukup jauh karena dalam hal ini pelapor menunggu sampai batas waktu pengiriman yang dijanjikan oleh terlapor.

Kasus ini berawal dari promosi telepon seluler yang dilakukan oleh terlapor melalui akun *facebook* miliknya. Promosi tersebut dalam hal ini mampu menarik minat pelapor untuk membelinya walaupun dilakukan melalui transaksi jual beli secara *online*. Atas ketertarikannya tersebut, pelapor meminta kejelasan informasi detil secara lebih mendalam pada terlapor. Informasi tersebut berkaitan dengan spesifikasi dan kondisi dari telepon seluler yang dipromosikan tersebut sebab harga produk sudah diinformasikan dengan jelas. Setelah mendapat informasi yang lengkap atas produk tersebut, pelapor pada akhirnya memutuskan untuk membeli telepon seluler dari akun *facebook* terlapor.

Setelah pelapor memutuskan untuk membeli telepon seluler yang ditawarkan terlapor, selanjutnya pelapor meminta kejelasan mengenai mekanisme pembayaran dan pengiriman barang. Pihak terlapor sebagai penjual dalam hal ini menentukan bahwa pelapor selaku pembeli harus melakukan transfer 100 % dari harga telepon seluler yang diinginkan ke rekening terlapor. Setelah itu, terlapor menjanjikan bahwa produk yang telah dibeli akan dikirim segera setelah transfer dilakukan. Pada tahap tersebut telah terjadi kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*.

Berikutnya, pelapor meminta nomor rekening terlapor dan sekaligus memberikan alamat tempat kos sebagai alamat tujuan pengiriman barang yang telah dibayar. Pada tanggal 22 April 2013, pelapor melakukan transfer uang ke rekening milik terlapor yaitu sejumlah Rp.1.550.000 seperti telah disepakati bersama sebelumnya. Setelah melakukan transfer, pelapor menghubungi terlapor untuk melakukan konfirmasi bahwa transfer telah dilakukan. Selanjutnya, terlapor menjanjikan bahwa telepon seluler akan tiba di rumah kos pelapor pada tanggal 24 April 2013.

Pelapor yang merasa telah melakukan kewajibannya untuk membayar barang yang dibeli mulai merasa ada yang tidak beres dengan transaksi jual beli secara *online* yang telah dilakukan ketika sampai tanggal yang dijanjikan telah lewat telepon seluler tidak kunjung tiba di rumah kosnya. Selaian itu, pihak terlapor dalam hal ini juga menjadi tidak dapat dihubungi. Pihak pelapor masih terus menunggu beberapa saat dan

mencoba berpikiran positif atau adanya kemungkinan keterlambatan pengiriman barang dari pihak jasa paket antar.

Setelah sehari-hari menunggu sejak lewat tanggal yang disepakati untuk mengirim barang, maka pelapor kemudian menyadari bahwa dirinya telah mengalami penipuan. Oleh sebab itu pada tanggal 29 April 2013 pelapor memutuskan untuk menyampaikan laporan penipuan yang dialaminya kepada pihak kepolisian.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa pada kasus tersebut masalah terkait pemenuhan hak atas informasi yang dapat dilihat adalah tidak adanya mekanisme penyelesaian apabila salah satu pihak melakukan tindakan wanprestasi. Tidak adanya informasi tersebut membuat pihak pembeli tidak memiliki pilihan lain selain melakukan upaya hukum untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Selain itu, pada kasus tersebut juga dapat dilihat bahwa terdapat informasi yang tidak benar. Pemberian informasi yang tidak benar juga merupakan satu bentuk pelanggaran atas hak informasi pembeli sebab Undang-Undang Perlindungan Konsumen mensyaratkan informasi yang diberikan haruslah berupa informasi yang benar, jelas, dan jujur. Informasi tersebut tidak benar karena dikatakan bahwa barang akan dikirim setelah pembeli melakukan transfer. Pada kenyataannya, barang tidak kunjung dikirim walaupun pembeli sudah melakukan transfer. Kondisi tersebut menunjukkan adanya pelanggaran hak atas informasi yang benar bagi pembeli yang telah menyebabkan kerugian materi. Oleh sebab itu, dalam

hal ini korban memutuskan untuk melakukan upaya hukum untuk menyelesaikan persoalannya.

Kedua kasus yang telah diuraikan merupakan contoh perkara terkait dengan permasalahan pemenuhan hak atas informasi dalam transaksi jual beli secara *online*. Meskipun kedua laporan yang masuk ke pihak kepolisian termasuk kategori penipuan dalam pidana, namun demikian kedua kasus tersebut juga dapat dianalisis berdasarkan kepada kewajiban pemberian informasi yang benar dan akurat yang harus diberikan oleh pelaku usaha sebelum dilaksanakannya suatu transaksi dengan konsumen. Oleh sebab itu, apabila dilihat dari sudut pandang Undang-Undang Perlindungan Konsumen maka kedua contoh perkara tersebut dapat dikatakan telah melanggar ketentuan Pasal 4 huruf c mengenai hak konsumen memperoleh informasi serta Pasal 7 huruf b mengenai kewajiban pelaku usaha memberikan informasi. Pada perkara pertama, yaitu perkara nomor LP/542/XI/2010/DIY/RES SLM/DPB, kejelasan informasi yang kurang diperhatikan pihak penjual adalah informasi mengenai mekanisme pembayaran. Sementara pada perkara nomor LP/371/IV/2013/DIY/RES SLM informasi mengenai prosedur klaim atas apabila terjadi wanprestasi dari salah satu pihak pada transaksi jual beli tersebut merupakan sumber pemasalahannya.

Lebih lanjut apabila kedua perkara tersebut dilihat secara luas kesesuaiannya dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka dalam hal ini untuk perkara yang pertama juga telah melanggar ketentuan Pasal 7 huruf a mengenai kewajiban pemilik usaha untuk beritikad baik pada

transaksi jual beli. Dapat dilihat pada perkara penipuan yang dialami pembeli bahwa sejak awal pihak penjual telah memiliki itikad buruk untuk melakukan penipuan melalui transaksi jual beli yang akan dilakukan. Sementara untuk perkara yang kedua, dalam hal ini bukan hanya hak konsumen untuk memperoleh informasi yang tidak dipenuhi, tetapi juga hak untuk mendapat barang sesuai dengan yang dijanjikan. Hal tersebut diatur dalam ketentuan Undang-Undang Konsumen Pasal 4 huruf b. Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa kedua perkara yang telah diuraikan tidak hanya berkaitan dengan aspek pelanggaran hak konsumen atas informasi dalam transaksi jual beli, namun juga pelanggaran atas hak konsumen lainnya.

Selain itu, sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa pada kedua perkara tersebut memuat adanya penipuan pada kata sepakat yang diawali dengan ketidakbenaran pemberian informasi oleh pelaku usaha dalam proses transaksi jual beli yang dilakukan dengan konsumen. Unsur penipuan dalam hal ini dapat menjadi salah satu penyebab yang memungkinkan dibatalkannya perjanjian jual beli yang telah dilakukan sebelumnya.

Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPerdara, terdapat empat syarat sahnya perjanjian, yaitu sepakat yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perjanjian, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Unsur sepakat yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perjanjian banyak dikenal sebagai syarat subjektif sedangkan unsur hal dan sebab tertentu dikenal sebagai syarat objektif.

Pada unsur kesepakatan mengikatkan diri, dalam hal ini sepakat secara bebas pada dasarnya merupakan kesepakatan yang berdasarkan pada

kesadaran pihak-pihak terkait. Pasal 1321 KUHPerdota menyebutkan bahwa “tiada suatu perjanjian pun mempunyai kekuatan jika diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan.” Ketentuan tersebut dengan jelas menyebutkan bahwa penipuan dapat menjadi salah satu unsur penghalang bagi tercapainya kesepakatan yang sesungguhnya dalam suatu perjanjian. Berdasarkan hal demikian maka dapat dikatakan bahwa adanya unsur penipuan membuat unsur kesepakatan yang merupakan salah satu unsur subjektif dalam perjanjian tidak terpenuhi sehingga pembatalan perjanjian dapat dilakukan. Penipuan sebagai alasan pembatalan perjanjian diatur dalam ketentuan Pasal 1328 KUHPerdota sebagai berikut:

“Penipuan merupakan suatu alasan untuk membatalkan suatu perjanjian, apabila tipu muslihat yang dipakai oleh salah satu pihak adalah sedemikian rupa, sehingga terang dan nyata bahwa pihak yang lain tidak telah membuat perikatan itu jika tidak dilakukan tipu muslihat tersebut. Penipuan tidak dipersangkakan, melainkan harus dibuktikan”.

Ketentuan tersebut merupakan dasar hukum bagi pembatalan perjanjian yang dapat dilakukan oleh salah satu pihak apabila terdapat unsur penipuan dalam suatu perjanjian. Oleh sebab itu, pada dua kasus yang telah diuraikan sebelumnya mengenai permasalahan dalam transaksi jual beli *online*, pada dasarnya dapat dilihat sebagai suatu bentuk cacat kehendak dalam perjanjian yang dibuat sebab kesepakatan yang terjadi merupakan satu bentuk kesepakatan semu.

Kesepakatan semu yang dimaksud merupakan kesepakatan yang tidak sebenar-benarnya disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini, pada kedua kasus yang telah diuraikan dapat dilihat dengan jelas bahwa terdapat unsur penipuan dari pihak pelaku usaha sehingga hal yang disepakati

konsumen pada perjanjian jual beli tersebut bukan merupakan hal sebenarnya. Oleh sebab itu, pihak pembeli dapat melakukan pembatalan perjanjian jual beli yang telah dilakukan. Pembatalan tersebut bukan merupakan satu bentuk pembatalan demi hukum, namun menjadi pembatalan perjanjian yang dilakukan oleh salah satu pihak.

Apabila pembatalan demi hukum terjadi karena sejak awal pembuatan suatu perjanjian tidak sah di mata hukum akibat terdapat syarat objektif yang tidak dipenuhi, maka pada pembatalan yang dilakukan oleh salah satu pihak proses pembatalan perjanjian hanya mungkin terjadi apabila terdapat pihak yang memintakan pembatalan tersebut. Artinya selama tidak ada pihak yang memintakan pembatalan perjanjian maka perjanjian tetap akan mengikat pihak-pihak terkait karena hakim tidak dapat memutus pembatalan perjanjian jika tidak dimintakan pembatalannya. Oleh sebab itu, dalam hal ini keaktifan pihak pembeli yang merasa dirugikan dalam suatu perjanjian jual beli karena adanya unsur penipuan pada pembuatan kesepakatan menjadi sangat diperlukan. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa penentuan sikap pihak pembeli yang dirugikan oleh pelaku usaha kemudian akan menentukan proses penyelesaian kerugian yang dialami dalam perjanjian jual beli yang telah dilakukan.

Sementara itu, unsur pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur dalam transaksi jual beli secara *online* pada kedua kasus yang telah diuraikan dapat dilihat sebagai satu bentuk pelanggaran hak konsumen. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan atas hak konsumen untuk

menerima informasi secara benar, jelas, dan jujur dari pihak pelaku usaha sebelum membuat perjanjian jual beli. Dalam hal ini, apabila pihak pelaku usaha tidak memenuhi hak konsumen untuk mendapat informasi dalam transaksi jual beli maka berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat dua jenis sanksi yang dapat diberikan yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 60 ayat (2) menyebutkan bahwa sanksi administratif adalah berupa penetapan ganti rugi yang paling banyak ditentukan sebesar Rp 200.000.000. Sanksi administratif tersebut kewenangannya berada di tangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang berada pada wilayah Daerah Tingkat II. Sementara itu, sanksi lain yang dapat diberikan bagi pelaku usaha yang melanggar hak konsumen adalah sanksi pidana. Ketentuan mengenai sanksi pidana dalam hal ini dimuat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 62. Selain itu, pada Pasal 63 undang-undang tersebut disebutkan bahwa pada sanksi pidana dapat pula dibebankan sanksi lain bagi pihak pelaku usaha. Sanksi tersebut meliputi beberapa hal sebagai berikut:

- a. Perampasan barang tertentu
- b. Pengumuman keputusan hakim
- c. Pembayaran ganti rugi
- d. Perintah penghentian kegiatan yang menyebabkan kerugian konsumen
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran
- f. Pencabutan izin usaha

Berbagai bentuk sanksi tambahan tersebut dapat dilihat sebagai suatu sanksi yang sifatnya untuk mencegah terulangnya tindakan pelaku usaha yang merugikan konsumen. Selain itu, hukuman tersebut juga dapat menjadi satu bentuk hukuman yang menghindarkan calon pembeli lain untuk mengalami kerugian yang sama di kemudian hari.

Selain diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, aspek keterbukaan informasi bagi pembeli dalam transaksi jual beli secara *online* juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ketentuan Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”

Ketentuan dalam undang-undang tersebut dapat dilihat sebagai satu bentuk upaya perlindungan atas hak konsumen untuk memperoleh informasi dalam transaksi jual beli secara *online*. Pada ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa informasi yang harus diperoleh konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* harus informasi yang lengkap dan benar. Informasi yang lengkap berarti informasi mengenai semua hal yang perlu diketahui oleh konsumen dalam membuat kesepakatan, sedangkan informasi yang benar berarti informasi yang sesungguhnya dan tentu tidak mengandung unsur penipuan di dalamnya. Konsumen berhak mendapat informasi yang lengkap dan benar karena informasi tersebut adalah salah satu dasar bagi konsumen untuk membuat keputusannya dalam transaksi jual beli secara *online*. Apabila

dasar pembuatan keputusan bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* sudah jelas, dan pada sisi lain pihak pelaku usaha memberi informasi yang lengkap dan benar, maka kerugian konsumen dalam transaksi jual beli tersebut akan dapat diminimalisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya telah terdapat berbagai peraturan perundangan yang memberikan perlindungan bagi konsumen sebagai jaminan terpenuhinya hak atas keterbukaan informasi, khususnya dalam transaksi jual beli secara *online*. Hanya saja perlindungan bagi konsumen tersebut tidak dapat berjalan maksimal selama pihak pelaku usaha tidak memiliki kesadaran penuh untuk melakukan transaksi jual beli secara baik. Terlebih lagi masih ditemuinya unsur penipuan dalam berbagai bentuk pada proses jual beli tersebut. Apabila konsumen yang merasa dirugikan tidak mengambil langkah tindakan apapun, maka akan menjadi lebih sulit untuk mengatasi permasalahan terkait pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen, khususnya dalam transaksi jual beli secara *online*.

Bila menganalisis kasus di atas, syarat syahnya perjanjian yang keempat, yaitu kausa yang halal juga tidak dipenuhi oleh pelaku usaha. Karena, pelaku usaha telah mengabaikan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan hak konsumen atas informasi. Hak konsumen ini sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c, yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Di sisi lain hak konsumen itu merupakan kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b, yaitu kewajiban

untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barangdan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Pasal 1320 KUH Perdata tidak menjelaskan pengertian *orzaak* (kausa yang halal). Pasal 1337 KUH Perdata hanya menyebutkan kausa yang terlarang. Suatu sebab adalah terlarang apabila bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Sebab yang halal inilah yang menjadi tujuan para pihak yang membuat perjanjian. Perjanjian tanpa sebab yang halal adalah batal demi hukum, kecuali ditentukan lain oleh undang-undang. Pengertian sebab pada syarat keempat untuk sahnya suatu perjanjian tiada lain adalah isi dari perjanjian itu sendiri. Akibat hukum terhadap perjanjian berkausa tidak halal, maka perjanjian itu batal demi hukum atau perjanjian itu dianggap tidak pernah ada. Dengan demikian tidak ada dasar untuk menuntut pemenuhan perjanjian itu dimuka hakim. Namun demikian, dalam praktek penegakan hukum, tetap dimintakan pembatalannya di muka Pengadilan.

B. Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Apabila Tidak Terpenuhi Hak atas Informasi dan Konsumen Merasa Dirugikan

Keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan suatu bentuk upaya untuk memberikan perlindungan hukum bagi pihak konsumen dalam proses transaksi jual beli. Perlindungan hukum tersebut kemudian memungkinkan pihak konsumen yang merasa dirugikan dalam suatu transaksi jual beli untuk dapat mengadukan kerugiannya pada pihak yang berwajib.

Tujuannya adalah untuk menyelesaikan persoalan tersebut sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam hal ini sangat diperlukan guna memberikan kepastian hukum pada transaksi jual beli yang berlangsung. Perlindungan hukum tersebut diwujudkan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen 1999 yang dengan jelas memberi kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum yang dimaksud meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha.⁷⁶ Berdasarkan hal demikian maka dapat dilihat bahwa perlindungan konsumen terkait kepastian hukum pada transaksi jual beli tidak berhenti sampai pada proses jaminan atas pemenuhan hak-hak konsumen ketika transaksi berlangsung, tetapi juga kepastian hukum atas adanya proses pembelaan hak-hak konsumen yang dilanggar pada suatu transaksi jual beli.

Hak atas informasi merupakan salah satu bagian dari hak pembeli yang dilindungi oleh undang-undang dalam setiap transaksi jual beli, termasuk pula dalam transaksi jual beli secara *online*. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa salah satu hak konsumen adalah hak untuk memperoleh informasi. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat dikatakan bahwa apabila konsumen tidak

⁷⁶ Shidarta, *op.cit.*, hlm. 62.

diberi informasi oleh penjual dalam suatu proses transaksi jual beli, maka salah satu hak pembeli dalam hal ini telah dilanggar.

Apabila seorang pembeli hak atas informasinya telah dilanggar dalam suatu transaksi jual beli, maka tentulah aspek pertama yang dilihat adalah mengenai aspek kerugian yang dialami oleh pembeli. Ketika tidak terpenuhinya hak atas informasi bagi pembeli dalam suatu transaksi jual beli namun kondisi tersebut tidak menimbulkan kerugian bagi pihak pembeli maka logikanya hal tersebut tidak akan menimbulkan persoalan. Persoalan akan terjadi apabila tidak terpenuhinya hak atas informasi tersebut pada akhirnya memberikan kerugian bagi pihak pembeli.

Kerugian yang dialami dalam hal ini dapat meliputi kerugian materi, kerugian secara psikis karena merasa kecewa, maupun kerugian yang sifatnya tidak dapat diukur seperti waktu atau tenaga. Ketika hak atas informasi bagi pembeli tidak dipenuhi oleh pihak penjual dan hal demikian berujung pada bentuk kerugian yang dialami oleh pembeli, maka pihak pembeli yang bersangkutan dapat melakukan suatu upaya hukum untuk menyelesaikan persoalan tersebut.

Bentuk upaya hukum nyata yang dapat dilakukan oleh pihak pembeli yang mengalami kerugian akibat hak atas informasinya tidak dipenuhi adalah melaporkan kerugian tersebut pada pihak kepolisian. Upaya tersebut yang nampak dilakukan oleh pelapor pada dua kasus yang telah dianalisis sebelumnya. Laporan ke pihak kepolisian merupakan salah satu langkah untuk melindungi kepentingan konsumen, sehingga kerugian yang dialami pembeli akibat hak atas informasinya dilanggar dapat diproses secara hukum.

Upaya penyelesaian melalui mekanisme hukum tersebut adalah satu hal yang menjadi bentuk nyata upaya perlindungan konsumen sebagaimana tujuan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Artinya, ketika seorang pembeli merasa dirugikan dalam suatu transaksi jual beli akibat hak atas informasinya tidak dipenuhi pihak pelaku usaha maka konsumen tersebut sangat berhak untuk melaporkan kerugian yang dialami pada pihak kepolisian guna memulai upaya hukumnya.

Persoalannya, tidak semua pembeli yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli, khususnya yang mengalami kerugian akibat tidak terpenuhinya hak atas informasi bersedia untuk melaporkan hal tersebut pada pihak kepolisian. Artinya, dalam hal ini tidak semua pembeli yang mengalami kerugian akibat pelanggaran hak atas informasi dalam transaksi jual beli memutuskan untuk menempuh upaya hukum karena berbagai alasan subjektif yang diyakini konsumen tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa konsumen yang pernah mengalami kerugian dalam transaksi jual beli secara *online*, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa pertimbangan yang pada akhirnya membuat konsumen tersebut enggan melaporkan kerugiannya pada kepolisian. Artinya, konsumen-konsumen tersebut lebih memilih untuk tidak menempuh upaya hukum sebagaimana seharusnya untuk menyelesaikan kerugian yang dialami dalam transaksi jual beli secara *online* karena beberapa hal pertimbangan subjektif.

Pertimbangan tersebut di antaranya adalah yang diungkapkan oleh Dini Arum, salah seorang konsumen yang pernah dirugikan dalam transaksi jual beli

secara *online* yang menyatakan upaya hukum dinilai membutuhkan banyak waktu.⁷⁷ Upaya hukum guna menyelesaikan kasus pelanggaran hak atas informasi pada transaksi jual beli dalam hal ini dinilai akan memerlukan banyak waktu, mulai dari tahap pelaporan ke pihak kepolisian serta tahap-tahap berikutnya. Oleh sebab itu, Dini Arum sebagai konsumen yang merasa dirugikan dalam hal ini memilih untuk tidak melakukan upaya hukum guna menyelesaikan permasalahannya. Hal demikian dikarenakan Dini Arum merasa bahwa kerugiannya berupa kekecewaan karena ciri-ciri produk yang dibeli tidak sama dengan ciri-ciri yang tertera pada informasi produk dianggap tidak akan sebanding dengan waktu yang harus dihabiskan apabila dirinya mengambil langkah upaya hukum.

Pertimbangan lain oleh konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli secara *online* untuk tidak melakukan upaya hukum adalah karena upaya hukum dipandang akan memerlukan banyak biaya serta pada sisi lain kerugian yang dialami belum tentu dapat kembali ketika upaya hukum ditempuh.⁷⁸ Pertimbangan tersebut disampaikan oleh Indra Putransyah, seorang konsumen yang pernah dirugikan dalam transaksi jual beli secara *online*. Kerugian yang dialami adalah berupa kerugian berupa uang guna pembelian seperangkat modem dari sebuah situs penjualan *online*. Pada kasus tersebut, pihak penjual tidak memberikan penjelasan mengenai mekanisme klaim garansi sehingga setelah Indra Putransyah membeli modem tersebut dan ternyata produk tidak berfungsi

⁷⁷ Hasil Wawancara dengan Dini Arum, korban transaksi jual beli secara *online*, pada 21 Mei 2013.

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Indra Putransyah, korban transaksi jual beli secara *online*, pada 21 Mei 2013.

dengan baik maka tidak ada cara yang dapat dilakukan untuk meminta pertanggungjawaban pihak penjual.

Pada kedua kasus yang diungkapkan oleh pihak pembeli tersebut, dapat dilihat bahwa secara perlindungan konsumen maka terdapat hak konsumen yang telah dilanggar. Hak tersebut yaitu berkaitan dengan hak konsumen untuk memperoleh barang sesuai dengan yang dijanjikan.⁷⁹ Pada kasus yang dialami Dini Arum, ketidaksesuaian adalah pada ciri produk yang diterima dengan ciri produk yang diromosikan penjual, sedangkan pada kasus yang dialami Indra Putransyah ketidaksesuaian adalah pada operasionalisasi fungsi produk yang tidak sesuai jaminan dari penjual.

Selain kedua alasan yang telah diuraikan, alasan lain dari konsumen untuk tidak melapor atas kerugiannya dalam transaksi jual beli adalah karena pihak penjual tidak lagi dapat dihubungi melalui akun miliknya. Hal demikian terjadi sebagai satu konsekuensi dari transaksi jual beli secara *online*. Sebagaimana diketahui bahwa pada transaksi jual beli secara *online* pihak pembeli dan penjual tidak perlu harus bertatap muka satu sama lain. Dalam hal ini *e-customer* dan *e-merchant* tidak bertemu langsung karena keduanya bertemu di dunia maya⁸⁰. Oleh sebab itu transaksi juga berlangsung di dunia maya sehingga tidak jarang pembeli dalam hal ini tidak mengetahui keberadaan penjual yang sesungguhnya. Oleh sebab itu pihak pembeli yang dirugikan merasa sulit untuk mengklaim hak-haknya pada penjual setelah transaksi terjadi. Pada satu sisi konsumen merasa mengalami kerugian materi dan kerugian psikis berupa kekecewaan pada pihak penjual, tetapi pada sisi lain konsumen merasa bahwa apabila dirinya mengambil

⁷⁹ Undang-Undang Konsumen, Pasal 4 huruf b.

⁸⁰ Rieyke Ustadiyanto, *op.cit.*, hlm. 20.

upaya hukum maka uang yang harus dikeluarkan hanya akan menjadi lebih banyak lagi dan belum tentu kerugiannya dalam transaksi jual beli tersebut dapat kembali.⁸¹

Sementara itu, berbeda dengan Fitriady yang menyatakan bahwa pertimbangan untuk tidak melaporkan kerugiannya dalam transaksi jual beli secara *online* lebih dikarenakan oleh pandangan bahwa upaya hukum harus dilakukan dengan melewati prosedur panjang dan berbelit.⁸² Fitriady dalam hal ini menuturkan bahwa walaupun dirinya mengalami kerugian karena hak atas informasinya tidak dipenuhi pada transaksi jual beli secara *online*, namun dirinya merasa tidak ingin melewati prosedur yang panjang dan berbelit. Oleh sebab itu, Fitriady kemudian lebih memilih untuk tidak melaporkan kerugian yang dialami tersebut pada kepolisian serta tidak memilih upaya hukum untuk menyelesaikannya.

Konsumen-konsumen yang pernah mengalami kerugian dalam penelitian ini melalui transaksi jual beli secara *online* tersebut dapat dilihat memiliki pertimbangannya masing-masing untuk tidak mengambil upaya hukum. Pelanggaran hak atas informasi dalam transaksi jual beli secara *online* yang dialami ketiga konsumen tersebut tidak membuat ketiganya kemudian bersedia mengajukan laporan atau gugatannya pada pihak kepolisian. Pada akhirnya, pelaku kasus pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam hal ini menjadi tidak tersentuh hukum. Padahal dengan jelas dapat dilihat bahwa salah satu asas dari upaya perlindungan konsumen adalah berkaitan dengan aspek

⁸¹ Hasil wawancara dengan Indra Putransyah, korban transaksi jual beli secara *online*, pada 21 Mei 2013

⁸² Hasil wawancara dengan Fitriady, korban transaksi jual beli secara *online*, pada 21 Mei 2013.

kepastian hukum. Asas tersebut dimaksudkan agar baik konsumen dan pelaku usaha mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum tersebut.⁸³ Oleh sebab itu, dalam hal ini sebenarnya ketentuan hukum akan mengakomodasi penyelesaian atas perkara yang dialami para pembeli yang menjadi korban dalam transaksi jual beli.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pada kenyataannya di lapangan masih terdapat konsumen yang tidak bersedia untuk mengambil upaya hukum terkait kerugian yang dialami dalam transaksi jual beli secara *online*. Berdasarkan hal demikian, dapat dikatakan bahwa masih terdapat kasus pelanggaran hak atas informasi bagi pembeli yang dilindungi Undang-Undang Perlindungan Konsumen terjadi di lapangan. Ketika konsumen sebagai korban tidak mengambil upaya hukum, maka dalam ini pelaku tindakan tersebut tidak dapat diproses secara hukum sehingga selalu terbuka kemungkinan akan timbulnya korban baru lainnya.

Hal demikian dibenarkan oleh salah seorang anggota Yayasan Lembaga Konsumen Yogyakarta. Hasil wawancara dengan pihak tersebut menunjukkan bahwa tidak sedikit konsumen yang merasa enggan untuk memproses kasus kerugian yang dialami pada transaksi jual beli, khususnya transaksi jual beli secara *online*.⁸⁴ Terdapat berbagai macam alasan umum konsumen yang memutuskan tidak melakukan apapun atas kerugian yang dialami, mulai dari alasan bahwa jumlah kerugian materi tidak seberapa, prosedur berbelit dan panjang, proses pengurusan memerlukan biaya, sampai alasan bahwa konsumen

⁸³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *opcit.*, hlm. 33-34.

⁸⁴ Hasil wawancara dengan anggota Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, pada 3 September 2013.

tidak mengetahui apa yang harus dilakukan. Alasan-alasan tersebut pada akhirnya membuat di lapangan terdapat banyak kasus pelanggaran hak konsumen yang tidak terlihat.

Apabila upaya hukum tidak diambil oleh para konsumen tersebut maka bukan hanya berakibat pada tidak adanya proses pertanggungjawaban bagi penjual yang “nakal”, tetapi juga berakibat pada data mengenai *cybercrime* yang dimiliki oleh pihak kepolisian kemudian menjadi data yang belum mencerminkan kondisi sebenarnya di lapangan.⁸⁵ Selain itu, kondisi demikian juga membuat proses perlindungan konsumen sendiri menjadi terhambat mengingat masih minimnya kesadaran dari masyarakat selaku konsumen atas kepastian hukum dari transaksi jual beli yang dilakukannya.⁸⁶ Dengan kata lain, pada kenyataannya angka *cybercrime* yang terjadi di lapangan sangat mungkin jauh lebih tinggi dari data yang ada mengingat ketika tidak ada laporan dari korban maka kasus tersebut menjadi tidak tercatat. Oleh sebab itu, dalam hal ini keaktifan dari pihak konsumen yang merasa dirugikan juga menjadi satu aspek penting bagi pencegahan terjadinya kasus-kasus serupa selanjutnya.

Terkait dengan hak atas informasi yang tidak sesuai yang diberikan oleh pihak pelaku usaha kepada konsumen, maka pihak pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan pertanggungjawabannya. Tanggung jawab yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha tersebut harus dilakukan karena pihak pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Pihak pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan kompensasi,

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ *Ibid.*

ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Padahal pelaku usaha dilarang untuk memperjualbelikan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Hal tersebut sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Sebagai konsekuensi hukum dari pelanggaran yang diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen maka setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen memberi hak kepada konsumen yang dirugikan tersebut untuk meminta pertanggungjawaban dan pelaku usaha yang merugikan serta menuntut ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut. Sesuai ketentuan yang ada dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha adalah:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
2. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi

4. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan dari konsumen.

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

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

Pembuktian terhadap unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, hal tersebut diatur dalam Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Setiap konsumen yang merasa dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab

pidana sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa. Pasal 46 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa:

1. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan
 - b. Kelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama
 - c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk keperluan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasar
 - d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
2. Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah diajukan ke peradilan umum
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen diatur dalam Pasal 38 dan 39. Pasal 38 menyatakan bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap

pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian. Masyarakat juga diberikan kesempatan untuk dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Selanjutnya Pasal 39 menyatakan bahwa, gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Selain penyelesaian gugatan perdata itu, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, dapat diketahui bahwa terdapat berbagai alternatif yang dapat dipilih konsumen ketika terdapat haknya yang dilanggar dalam transaksi jual beli.⁸⁷ Perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan haknya dalam hal ini tidak hanya dilakukan melalui proses litigasi, tetapi terdapat pula beberapa alternatif penyelesaian secara non-litigasi yang dapat dilakukan. Persoalannya yaitu belumbanyak masyarakat yang mengetahui keberadaan alternatif-alternatif tindakan tersebut sehingga saat ini pola pikir masyarakat mengenai perlindungan konsumen masih terbatas pada upaya litigasi yang dinilai berbelit-belit, rumit, lama, dan mahal.⁸⁸

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa pada pokoknya konsumen yang mengalami kerugian dalam suatu transaksi jual beli dalam hal ini tidak hanya dapat melakukan langkah melalui jalur litigasi atau melalui proses

⁸⁷ Hasil wawancara dengan BPSK, tanggal 4 September 2013.

⁸⁸ *Ibid.*

peradilan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Konsumen juga dapat melakukan upaya di luar pengadilan atas kerugian yang dialami dalam suatu transaksi jual beli. Ketentuan mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui jalan di luar pengadilan juga diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

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

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam hal ini mendasari pembentukan suatu lembaga dalam hukum perlindungan konsumen, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Pasal 1 angka 11 Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Keberadaan BPSK dapat menjadi bagian dari pemerataan keadilan, terutama bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha/produsen.

Hal demikian dikarenakan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha biasanya nominalnya kecil sehingga kecil kemungkinannya untuk mengajukan

gugatan sengketanya di pengadilan karena tidak sebanding antara biaya perkara dengan besarnya kerugian yang akan dituntut. Lebih lanjut dalam Pasal 49 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa BPSK didirikan di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan sehingga mempermudah penyampaian pengaduan atau gugatan dari masyarakat sebagai konsumen yang dirugikan dalam satu transaksi jual beli. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa BPSK merupakan pihak yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen dalam jalan non litigasi.

BPSK dalam hal ini juga berkedudukan sebagai lembaga yang berwenang memberikan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang merugikan kepentingan konsumen dalam suatu transaksi jual beli. Berdasarkan ketentuan Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dapat diketahui bahwa wewenang BPSK dalam hal ini adalah melakukan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi, memberikan konsultasi perlindungan konsumen, menerima pengaduan, dan menjatuhkan sanksi administratif berupa pembebanan ganti rugi bagi pelaku usaha yang merugikan kepentingan konsumen. Ketentuan tersebut dapat menjelaskan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen melalui jalan di luar pengadilan. Prosedur penyelesaian diawali dengan pengajuan gugatan ke BPSK oleh konsumen. Dalam hal ini BPSK kemudian akan melakukan mediasi dengan pihak-pihak yang berperkara.

Proses mediasi berkaitan dengan ketentuan Pasal 47 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa "Penyelesaian sengketa di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak

akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.” Ketentuan tersebut dalam hal ini menjelaskan prosedur dan tujuan dilakukannya mediasi oleh BPSK sebagai satu bentuk perlindungan bagi kerugian konsumen.

Hal demikian dibenarkan oleh pihak BPSK. Berdasarkan hasil wawancara dengan lembaga tersebut, dapat diketahui bahwa keberadaan BPSK berfokus pada penyelesaian sengketa konsumen dengan nominal kerugian kecil.⁸⁹ Sementara upaya yang dilakukan merupakan satu bentuk alternatif non-litigasi yang dapat dipilih masyarakat sebab BPSK mengedepankan proses mediasi antara penjual dan pembeli untuk menyelesaikan masalah. Selain jalan mediasi yang telah ditentukan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, mediasi *online* dapat dijadikan mekanisme alternatif bagi pelaksanaan mediasi. Mediasi *online* yang dimaksud merupakan satu proses mediasi melalui media *online* sehingga proses mediasi dapat terlaksana tanpa harus mempertemukan secara langsung pihak-pihak terkait. Dalam suatu kasus kerugian konsumen akibat transaksi jual beli secara *online* dapat dikatakan bahwa upaya mediasi *online* dapat diupayakan oleh pihak berwenang sehingga upaya kekeluargaan dapat dioptimalkan sebelum membawa perkara tersebut ke pengadilan.

Mediasi secara *online* dalam hal ini akan sangat bermanfaat mengingat dapat lebih mempersingkat waktu, biaya, maupun tenaga bagi pihak-pihak yang terlibat. Sebagaimana diketahui bahwa aspek waktu dan biaya banyak dijadikan alasan oleh konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli untuk tidak mengajukan gugatan secara hukum. Oleh sebab itu, proses mediasi secara *online*

⁸⁹ *Ibid.*

dalam hal ini dapat menjadi satu solusi mengingat sejak awal transaksi jual beli yang dilakukan juga secara *online*. Persoalannya yaitu apabila terdapat salah satu pihak yang tidak berkeinginan untuk menyelesaikan sengketa dengan jalan damai. Seperti pada dua contoh kasus yang telah diuraikan, telah disebutkan sebelumnya bahwa pada kasus tersebut pihak pelaku usaha tidak lagi dapat dihubungi melalui akun miliknya. Hal demikian tentu akan menjadi hal yang mempersulit untuk dilakukannya mediasi *online* mengingat pada dasarnya proses mediasi melalui jalan apapun tetap memerlukan adanya niat baik dari pihak-pihak yang berperkara untuk menyelesaikan permasalahan dengan jalan damai dan kekeluargaan, termasuk pula dalam mediasi *online*.

Sementara itu, pada sisi lain Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya mendudukan BPSK sebagai satu-satunya lembaga yang dapat menangani sengketa konsumen di luar pengadilan. Pasal 31 Undang-Undang Perlindungan konsumen dalam hal ini juga menjadi dasar pembentukan Badan Perlindungan Konsumen. Badan Perlindungan Konsumen merupakan badan yang berada di tingkat pusat.

Wewenang yang dimiliki oleh badan tersebut adalah menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, LSM, maupun pelaku usaha. Apabila dilihat dari kewenangannya tersebut, maka dapat dikatakan bahwa Badan Perlindungan Konsumen memiliki cakupan yang lebih luas. Tidak hanya memiliki wilayah kerja secara nasional tetapi juga upaya gugatan yang diterima tidak hanya dari pihak konsumen secara individu tetapi juga dari pihak LSM yang berkaitan dengan upaya perlindungan konsumen. Artinya, kedudukan Badan Perlindungan Konsumen seharusnya dapat memberikan kontribusi atau pengaruh yang lebih

luas dan signifikan bagi upaya perlindungan konsumen secara keseluruhan di tingkat nasional.

Terkait dengan kedudukan LSM perlindungan konsumen, dalam hal ini Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memberikan amanat pada Lembaga Perlindungan Konsumen sebagai LSM untuk dapat menjadi lembaga yang dapat membantu upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Berdasarkan ketentuan Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diketahui bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen merupakan LSM yang berwenang untuk membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen. Ketentuan tersebut merupakan satu bentuk kepastian hukum yang diberikan bagi konsumen yang mengambil jalan penyelesaian di luar pengadilan. Lembaga Perlindungan Konsumen dalam hal ini akan membantu konsumen untuk mengajukan gugatannya ke BPSK maupun ke Badan Perlindungan Konsumen guna menyelesaikan kerugiannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang anggota Lembaga Perlindungan Konsumen Yogyakarta, dapat diketahui bahwa dalam hal ini lembaga tersebut lebih banyak menangani kasus-kasus pelanggaran hak konsumen yang diupayakan penyelesaiannya melalui jalan non-litigasi. Khususnya yaitu mengakomodasi kepentingan konsumen untuk mengajukan gugatan ke BPSK sehingga dapat dilkakukan mediasi dengan pihak penjual.⁹⁰ Oleh sebab itu, Lembaga Perlindungan Konsumen Yogyakarta banyak melakukan sosialisasi atas alternatif tindakan yang dapat diambil konsumen sebagai korban dalam transaksi

⁹⁰ Hasil wawancara dengan anggota Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, pada 3 September 2013.

jual beli. Hal demikian dilakukan mengingat masyarakat belum banyak mengetahui adanya alternatif non-litigasi yang dapat diambil. Selain itu, hal demikian juga dilakukan untuk mengoptimalkan proses perlindungan konsumen secara lebih luas.⁹¹

Beberapa langkah yang dapat ditempuh oleh konsumen tersebut menunjukkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan beberapa pilihan kepada pada konsumen yang kepentingannya dirugikan oleh pelaku usaha. Pilihan tidak hanya berupa jalan penyelesaian secara litigasi maupun non litigasi, namun dalam penyelesaian non litigasi juga terdapat beberapa pilihan yang dapat ditempuh oleh konsumen. Dalam hal ini tentu upaya tersebut dapat berjalan optimal apabila terdapat gugatan yang diajukan. Artinya, kerugian yang dialami konsumen hanya dapat diproses apabila terdapat pengajuan gugatan, berapapun jumlah kerugian yang dialami.

Apabila dikaitkan dengan contoh kasus di Yogyakarta yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa untuk proses penyelesaian melalui jalur litigasi dalam hal ini masih memerlukan perbaikan. Beberapa informan penelitian yang menyatakan berbagai alasan untuk tidak mengajukan gugatan atas kerugian yang dialami dalam transaksi jual beli secara *online* akibat tidak terpenuhinya hak atas informasi menunjukkan bahwa upaya penyelesaian non litigasi masih belum banyak diketahui oleh masyarakat. Selain itu, berbagai lembaga yang memiliki kewenangan untuk melakukan perlindungan konsumen dalam hal ini juga dapat melakukan fungsinya untuk memberi perlindungan konsumen secara lebih aktif. Artinya, lembaga-lembaga tersebut seharusnya tidak hanya secara pasif

⁹¹ *Ibid.*

menunggu pengajuan gugatan dari konsumen yang dirugikan tetapi juga secara lebih aktif menyerukan kepada masyarakat bahwa hak-hak sebagai konsumen apabila dilanggar sebaiknya diproses walaupun jumlah nominal kerugian tidak besar. Hal demikian akan dapat memberikan dampak positif jangka panjang berupa berkurangnya potensi untuk mengalami kerugian yang sama di masa mendatang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka secara garis besar dapat dilihat bahwa terdapat satu kelemahan yang sama antara proses penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi maupun non litigasi. Penyelesaian sengketa melalui jalur peradilan maupun melalui berbagai lembaga di luar peradilan dalam hal ini walaupun telah dilakukan sebagaimana mestinya namun akan lebih baik jika dilakukan perbaikan pada sisi sosialisasi. Sosialisasi dapat dilakukan dalam konteks yang berbeda terkait jalur litigasi dan non litigasi bagi proses penyelesaian sengketa konsumen.

Sosialisasi pada jalur litigasi dapat dilakukan terkait pandangan masyarakat yang saat ini menilai bahwa penyelesaian melalui jalan peradilan akan menjadi satu proses yang memakan banyak waktu, banyak biaya, dan berbelit-belit. Sementara itu, untuk sosialisasi penyelesaian melalui jalan non-litigasi dalam hal ini dapat disosialisasikan tentang keberadaan beserta wewenang yang dimiliki dalam memberikan perlindungan bagi konsumen. Hal demikian diharapkan dapat membuat masyarakat lebih menyadari hak-haknya sebagai konsumen sehingga akan mengajukan laporan atas kerugian yang dialami dalam transaksi jual beli secara *online*.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat dikemukakan atas penelitian yang telah dilakukan adalah:

1. Pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* merupakan salah satu bagian dari hak konsumen yang dilindungi oleh undang-undang dan diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta kewajiban pelaku usaha berkewajiban untuk memenuhi hak atas informasi yang telah diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain itu Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga melindungi hak-hak konsumen atas informasi dalam melakukan transaksi elektronik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pemberian informasi oleh pelaku usaha yang tidak sesuai pasal-pasal itu, dan dapat dikatakan bertentangan dengan Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdara, yaitu terdapat cacat kehendak pada saat kesepakatan terjadi, tepatnya adalah ada unsur penipuan dalam pembentukan kata sepakat, karena informasi yang diberikan oleh pelaku usaha tidak benar dan tidak jujur. Selain itu, terdapat pula pelanggaran terhadap Pasal 1320 ayat (4) KUHPerdara, yaitu kausa yang halal. Ketika tujuan pelaku usaha dalam melakukan transaksi dengan konsumen mengabaikan isi Pasal 1320 ayat (4), maka sesungguhnya itu bertentangan dengan kausa yang halal.

2. Langkah-langkah hukum yang dapat diupayakan oleh konsumen apabila mengalami kerugian akibat informasi yang tidak benar yang diberikan oleh penjual secara garis besar dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Melalui jalur peradilan, yaitu penyelesaian yang diawali dengan pengajuan laporan ke pihak kepolisian sampai dengan pemberian sanksi pidana dalam putusan peradilan.
- b. Melalui jalur di luar peradilan, yaitu penyelesaian yang dilakukan dengan proses mediasi dan diawali dengan pengaduan ke Badan Perlindungan Konsumen atau Lembaga Perlindungan Konsumen, maupun pengajuan gugatan ke Badan Penyelesaian Sengketa. Proses tersebut akan berujung pada pemberian sanksi administrasi berupa pembebanan ganti rugi bagi pelaku usaha yang merugikan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa tidak sedikit konsumen yang belum mengetahui adanya alternatif penyelesaian melalui jalur di luar pengadilan. Oleh sebab itu, alasan-alasan konsumen yang dirugikan haknya untuk tidak meminta pertanggungjawaban penjual lebih berkaitan pada alasan bahwa prosesnya akan panjang, berbelit-belit, ataupun memerlukan banyak biaya. Pada sisi lain ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah jelas memberikan pilihan bagi penanganan perkara tersebut yaitu pada Pasal 23 yang menyebut bahwa gugatan dapat diajukan secara litigasi ke pengadilan atau ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen secara non-litigasi. Selain itu, Pasal 47 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pokoknya mengatur bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan

mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Oleh sebab itu dapat dilihat bahwa ketentuan hukum telah mengatur jelas mengenai alternatif tindakan yang dapat diambil hanya saja belum banyak masyarakat yang mengetahuinya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan, berikut adalah saran yang dapat disusun:

1. Bagi pelaku usaha dalam transaksi jual beli secara *online* sebaiknya memenuhi hak atas informasi bagi konsumen yaitu meliputi informasi yang benar, jelas, dan jujur. Pemenuhan hak tersebut akan menjadi salah satu upaya preventif bagi terjadinya transaksi jual beli secara *online* yang berpotensi merugikan pihak konsumen.
2. Bagi pihak konsumen sebaiknya selektif dan berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*. Kehati-hatian sangat diperlukan sehingga dapat memilih pelaku usaha secara tepat untuk bertransaksi. Selain itu, konsumen juga harus mengetahui secara jelas mengenai berbagai informasi yang diperlukan sebelum transaksi dilakukan sehingga kerugian kepentingan dapat diminimalkan.
3. Bagi lembaga-lembaga yang berkedudukan sebagai lembaga perlindungan konsumen sebaiknya melakukan sosialisasi secara lebih luas mengenai keberadaan dan wewenang yang dimiliki, sehingga konsumen yang mengalami kerugian atas suatu transaksi jual beli secara *online* tidak merasa enggan menyampaikan laporannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Adi Nugroho, *E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya, Informatika Bandung*, Bandung, 2006.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grafindo Persada, Jakarta.
- Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007.
- Andi, *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Wahana Komputer, Yogyakarta, 2002.
- Gunawan Widjaja, *Jual Beli*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, Elex Media Computindo, Jakarta, 2000.
- Rijanto dan Catur Meiwanto, *E-Commerce di Internet*, Dinastindo, Jakarta, 2000.
- Riyeke Ustadiyanto, *Framework e-commerce*, ANDI, Yogyakarta, 2001.
- Salim, *Hukum Kontrak dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2006.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermedia, Jakarta, 2002.
- Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 1992.
- Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Jurnal:

- Marcella Elwina, *Aspek Hukum Transaksi (Perdagangan) Melalui Media Elektronik (E-Commerce) di Era Global: Suatu Kajian Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen*, 2010, diakses melalui ejournal.umm.ac.id/index.php/legality/ pada tanggal 1 April 2013.

Peraturan Perundangan:

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Sumber Internet:

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol21788/internet-turut-mendorong-perkembangan-hukum-perjanjian>, “Internet Turut Mendorong Perkembangan Hukum Perjanjian,” 22 April 2009.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-iecommercei-masih-lemah>, “Perlindungan Konsumen dalam *E-Commerce* Masih Lemah,” 30 Juni 2001.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-iecommercei-masih-lemah>, “Perlindungan Konsumen dalam *E-Commerce* Masih Lemah,” 30 Juni 2001.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2986/perlindungan-konsumen-dalam-iecommercei-masih-lemah>, “Perlindungan Konsumen dalam *E-Commerce* Masih Lemah,” 30 Juni 2001.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2993/dalam--iecommercei-informasi-merupakan-inti-perlindungan-konsumen>, “Dalam *E-commerce*, Informasi Merupakan Inti Perlindungan Konsumen,” 23 Juni 2001.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol4916/perlindungan-transaksi-iecommercei-mengacu-ke-uupk>, “Perlindungan Transaksi *E-Commerce* Mengacu ke UUPK,” 23 Februari 2002.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol842/hubungan-hukum-antara-pelaku-iecommercei-harus-diperjelas>, “Hubungan Hukum Antara Pelaku *E-Commerce* Harus Diperjelas,” 12 Oktober 2000.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt511348d9ebcd0/pengaturan-bisnis-e-commerce-untuk-lindungi-konsumen>, “Pengaturan Bisnis *E-Commerce* untuk Lindungi Konsumen,” 07 Februari 2013.

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl5397/para-pihak-dan-hak-kewajiban-dlm-e-commerce>, Akses 29 Maret 2013.

<http://forum.kompas.com/teras/247821-5-kasus-jual-beli-online-kontraversial-di-indonesia.htm>. “Kasus Jual Beli Online”. 29 April 2013.

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f814bf6c2ca4/cara-penyidik-melacak-pelaku-penipuan-dalam-jual-beli-online>, “Cara Penyidik Melacak Pelaku Penipuan Dalam Jual Beli Online:”, 29 April 2013.