

Turnitin Originality Report

Processed on: 02-Jan-2024 12:51 AM CST
 ID: 2266091795
 Word Count: 16879
 Submitted: 1

Similarity Index

27%

Similarity by Source

Internet Sources: 27%
 Publications: 6%
 Student Papers: 0%

Tesis S2 Deny Octa Tristian
 By

pkpa.fhuwks@yopmail.com 1

15% match (Internet from 15-Nov-2022)

http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/17015/1/91215055_BAB%20I_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf

11% match (Internet from 20-Oct-2022)

<http://repository.iainbengkulu.ac.id/5911/1/SKRIPSI%20Semi.pdf>

TESIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENIPUAN OLEH PELAKU USAHA BERKAITAN KUALITAS BARANG YANG DITAWARKAN SECARA ONLINE Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Magister Hukum Pada Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Oleh : DENY OCTA TRISTIAN NPM : 22310010 PROGRAM STUDI HUKUM PADA PROGRAM MAGISTER FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA 2023 TESIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENIPUAN OLEH PELAKU USAHA BERKAITAN KUALITAS BARANG YANG DITAWARKAN SECARA ONLINE Diajukan oleh : DENY OCTA TRISTIAN NPM : 22310010 TESIS INI TELAH DISETUJUI UNTUK DIUJI Tanggal Oleh Pembimbing I Pembimbing II Dr. Dwi Tatak Subagiyo, S.H., M.H Dr. Agam Sulaksono, S.H., M.H Mengetahui, Ketua Program Studi Hukum Pada Program Magister Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Dr. Joko Nur Sariono, S.H., M.H I TESIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENIPUAN OLEH PELAKU USAHA BERKAITAN KUALITAS BARANG YANG DITAWARKAN SECARA ONLINE Dipersiapkan dan disusun oleh : DENY OCTA TRISTIAN NPM : 22310010 Nama Penguji Tesis ini dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada Tanggal : Susunan Dewan Penguji Ketua Anggota Anggota Anggota Anggota Tanda Tangan Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh gelar Magister Tanggal Ketua Program Studi Hukum Pada Program Magister Dr. Joko Nur Sariono, S.H., M.H II KATA PENGANTAR Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala berkat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan

penulisan tesis ini tanpa halangan yang berarti. Penulis menyadari tesis ini masih banyak kekurangan yang perlu disempurnakan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti sehingga memerlukan saran dan kritik dari berbagai pihak yang berkepentingan dengan tesis ini termasuk para peneliti berikutnya. Penulisan tesis ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak memperoleh bimbingan, masukan, serta kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dr. Umi Enggarsasi, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Joko Nur Sariono, S.H., M.H selaku Ketua Jurusan Program Studi Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Dr. Dwi Tatak Subagiyo, S.H., M.H selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Agam Sulaksono, S.H., M.H selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Hukum Pada Program Magister Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat selama pendidikan serta membantu dalam penulisan tesis.
7. Kepada orang tua saya tercinta dan tersayang yaitu Mama Cristin Sulistio N., S.Pd dan Papa Sulaiman, S.Pd yang selalu mendoakan, mensupport, memberikan semangat dan memberikan kasih sayang luar biasa kepada saya. Terima kasih telah menjadi orang tua yang luar biasa bagi koko dan superheromu ini.
8. Teman-teman mahasiswa Magister hukum angkatan 2022 yang bersedia berbagi pengetahuan, berdiskusi, serta dukungan selama penulisan tesis.
9. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Akhirnya, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi lingkungan kampus Surabaya, 2024

Penulis Deny Octa Tristian 22310010 IV SURAT PERNYATAAN Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Deny Octa Tristian NPM : 22310010 Jurusan : Program Studi Hukum Pada Program Magister No. telp (HP) : 083110970024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul “Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat penipuan oleh pelaku usaha berkaitan kualitas barang yang ditawarkan secara online” adalah murni gagasan saya yang belum pernah saya publikasikan di media, baik majalah maupun jurnal ilmiah dan bukan tiruan (plagiat) dari karya orang lain. Apabila ternyata tesis tersebut ditemukan adanya unsur plagiarisme maupun autoplagiarisme, saya siap menerima sanksi akademik yang akan dijatuhkan oleh Fakultas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan bentuk pertanggungjawaban etika akademik yang harus dijunjung tinggi dilingkungan perguruan tinggi. Surabaya, 2024 Yang Menyatakan , Deny Octa Tristian NPM. 22310010 V DAFTAR ISI LEMBAR PENGESAHAN

..... ii KATA PENGANTAR

.....iii

PERNYATAAN		
ORISINILITAS.....	v	
DAFTAR		
ISI.....	vi	
ABSTRAK		
.....	viii	
ABSTRACT.....		ix
BAB I PENDAHULUAN		
.....	1	1.1
Permasalahan dan Rumusan Masalah		
.....	1	1.2 Tujuan Penelitian
.....	15	1.3
Manfaat Penelitian		
.....	15	1.4
Metode		
Penelitian.....		
15	1.5	Kajian
Teoritis.....		
18	1.6	Sistematika
Pertanggungjawaban.....	23	
BAB II <u>BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN YANG DIKELABUI</u>		
<u>OLEH PELAKU USAHA</u>		
.....	25	2.1
Transaksi Jual Beli Online		
.....	25	2.2 Hak dan
Kewajiban Penjual dan Pembeli Dalam Transaksi Online	29	2.3
Timbulnya Penipuan Dalam Jual Beli		
Online.....	34	2.4 Bentuk Perlindungan
Hukum Bagi Konsumen/Pembeli Dalam Transaksi Online		
.....		
38	2.5	Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi
Online ...	44	BAB III Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap
Penipuan Yang Dilakukan Kepada Konsumen Berkaitan Kualitas Barang		
Yang Ditawarkan Secara		
Online.....	47	3.1 Modus dan
Cara – Cara Penipuan Menurut Hukum, Baik Konvensional dan Online		
.....		
47	VI	3.2 Jenis – Jenis Konsumen Menurut Undang – Undang
Perlindungan Konsumen.....	59	
3.3 Hubungan Konsumen Dengan Kualitas Barang Secara Konvensional		
Maupun		
Online.....		
63	3.4	Bentuk – Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha
.....	70	3.5 Pertanggungjawaban Pelaku Usaha
Terhadap Penipuan Yang Dilakukan Kepada Konsumen Berkaitan		
Kualitas Barang Yang Ditawarkan secara Online.....	72	BAB IV PENUTUP
.....	78	
4.1 Kesimpulan		
.....		
78	4.2	
Saran.....		
79	DAFTAR BACAAN VII ABSTRAK Penelitian ini meneliti tentang “	
<u>perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat</u>		

penipuan oleh pelaku usaha berkaitan kualitas barang yang ditawarkan secara online" dan membahas tentang bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan pelaku usaha, serta bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap penipuan yang dilakukan kepada konsumen berkaitan kualitas barang yang ditawarkan secara online. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (statue approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan yang pertama adalah Penipuan secara online pada prinsipnya sama dengan penipuan konvensional. Yang menjadi perbedaan hanya pada sarana perbuatannya yakni menggunakan Sistem Elektronik (komputer, internet, perangkat telekomunikasi). Kedua Pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian akibat kerusakan barang yang dibeli konsumen, perlu memperhatikan bahwa bagi pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen dan pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Kata Kunci : Perlindungan hukum , konsumen, penipuan online, jual beli. VIII ABSTRACT This research examines "legal protection for consumers who are harmed by fraud by business actors regarding the quality of goods offered online" and discusses the form of legal protection for consumers who are victims of fraud by business actors, as well as how business actors are held accountable for fraud committed against them. consumers regarding the quality of goods offered online. The approach methods used in this research are the statutory approach and the conceptual approach. Based on the research results, it can be concluded that the first is that online fraud is in principle the same as conventional fraud. The only difference is the means of action, namely using an electronic system (computer, internet, telecommunications equipment). Second, the responsibility of business actors for losses resulting from damage to goods purchased by consumers, it is necessary to pay attention that business actors who refuse and/or do not respond and/or do not fulfill compensation for consumer demands can be sued through the consumer dispute resolution body or submit it to the judicial body in The position of the consumer and proving whether there is an element of fault in the claim for compensation is the burden and responsibility of the business actor. Keywords: Legal protection, consumers, online fraud, buying and selling. IX BAB I PENDAHULUAN 1.1 Permasalahan dan Rumusan Masalah Negara Indonesia ialah negara hukum sebagaimana tercantum dalam ketentuan Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945. Perlindungan hukum telah disediakan oleh negara dalam berbagai tindakan masyarakat termasuk dalam bidang hukum jual beli. Peningkatan daya konsumtif masyarakat Indonesia menjadi salah satu faktor terjadinya peningkatan jual beli. Kaitannya dengan jual beli, pengguna teknologi informasi dan elektronik di era globalisasi telah mengubah gaya hidup masyarakat dan cara bertransaksi. Hal ini sejalan dengan proses globalisasi yang tentunya berpengaruh besar dalam transaksi jual beli sehingga munculnya transaksi jual beli dengan cara baru yaitu jual beli online. Teknologi dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan kegiatan jual beli

dimanapun dan kapanpun dengan akses yang mendukung. Namun, kemajuan teknologi juga mengakibatkan masyarakat menjadi lebih konsumtif. Pentingnya peran dari teknologi informasi sebagai sebuah alat untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli dan ketentuan hukum tentu perlu disediakan untuk mengaturnya. Dipahami secara luas bahwa pemanfaatan teknologi seperti smartphone dalam jual beli online menjadikan proses jual beli lebih efisien untuk digunakan dan memudahkan masyarakat. Kegiatan jual beli online telah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir dengan 1 bantuan media sosial, website, dan aplikasi seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Facebook, Instagram, Twitter, Bukalapak. Definisi jual beli terdapat dalam ketentuan Pasal 1313 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPer) yang menyatakan bahwa "suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih".¹ Konsumen mendapatkan sebuah perlindungan hukum dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Meskipun terkadang masyarakat belum banyak memahami bahwa sebagai konsumen masyarakat disediakan perlindungan hukum oleh negara. Peraturan lainnya mengenai transaksi elektronik terdapat pada Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi elektronik yang berisi tentang penyelenggara sistem elektronik di sektor publik maupun sektor privat yang digunakan salah satunya sebagai penyedia, pengelola, dan/atau mengoperasikan penawaran perdagangan barang dan/atau jasa. Jual beli secara online diatur juga dalam ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pelaku usaha, konsumen, maupun pribadi serta instansi negara dapat melakukan perdagangan melalui sistem elektronik sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perdagangan secara elektronik dapat dilakukan dalam suatu wilayah negara maupun antar negara. 1 Pasal 1313 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPer). Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Secara umum dan mendasar hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan kesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Konsumen, menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menjelaskan bahwa konsumen adalah "setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan". Sedangkan Az. Nasution berpendapat bahwa konsumen adalah "setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu"². Setiap orang pada suatu waktu, dalam posisi tunggal atau sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu barang atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang sama dengan produsen. Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun

formal 2 Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar), Diadit Media, Jakarta, 2007, hlm. 29. makin terasa sangat penting, mengingat makin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya.³ Campur tangan negara sendiri dimaksudkan untuk melindungi hak-hak konsumen. Sementara itu, Janus Sidabalok mengemukakan ada empat alasan pokok mengapa konsumen perlu dilindungi, yaitu sebagai berikut: 1. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa sebagaimana diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; 2. Melindungi konsumen perlu untuk menghindari konsumen dari dampak negatif penggunaan teknologi; 3. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku-pelaku pembangunan, yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional; 4. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.⁴ Posisi yang tidak berimbang antara produsen dan konsumen akan mudah untuk disalahgunakan (matchpositie) oleh pihak yang lebih kuat. Hal ini akan berdampak lebih buruk jika pihak pelaku usaha yang lebih kuat itu didukung oleh fasilitas yang memungkinkan bertindak secara monopolis. Berdasarkan pada 3 Happy Susanto, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 39. 4 Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 6. pemikiran hal tersebut di atas bahwa konsumen diharapkan dapat bersikap lebih kritis dalam menilai barang dan jasa serta dapat bertindak dan berusaha memperoleh hak-haknya serta kepentingannya itu. Melalui sikap-sikap yang demikian kerugian yang dialami oleh konsumen akibat mengkonsumsi produk barang dan jasa dapat berkurang atau dengan perkataan lain kerugian dapat diperkecil. Sanksi administratif tidak ditujukan pada konsumen pada umumnya, tetapi justru kepada pengusaha, baik itu produsen maupun para penyalur hasil-hasil produknya. Sanksi administratif berkaitan dengan perizinan yang diberikan Pemerintah RI kepada pengusaha/penyalur tersebut. Jika terjadi pelanggaran, izin-izin itu dapat dicabut secara sepihak oleh Pemerintah. Kaidah-kaidah hukum perdata umumnya termuat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Di samping itu, tentu saja juga kaidah-kaidah hukum perdata adat, yang tidak tertulis, tetapi ditunjuk oleh pengadilan-pengadilan dalam perkara-perkara tertentu. Menurut Sri Redjeki Hartono dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniati, aspek hukum perlindungan konsumen makin terasa sangat penting mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang

penting dan mendesak, untuk segera dicari solusinya terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang⁵. Perlunya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen. Proses sampai hasil produksi barang atau jasa dilakukan tanpa campur tangan konsumen sedikit pun. Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab. Namun, semua tujuan tersebut hanya dapat dicapai bila hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan secara konsekuen. Oleh karena itu, keberadaan undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan sebagai landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan "payung" yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. 5 Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 33 . Konsumen selalu menjadi objek bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dengan beragam pilihan. Namun pada sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, di mana konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen dapat menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besarnya melalui kiat promosi dan cara yang merugikan konsumen⁶. Hal tersebut disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, sehingga hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar. Terhadap posisi konsumen tersebut, ia harus dilindungi oleh hukum. Karena salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Perlindungan kepada masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum yang menjadi hak konsumen. Selain itu, kurangnya pendidikan konsumen, dan rendahnya kesadaran akan hak-hak dan kewajiban serta kedudukan konsumen yang pada umumnya masih lemah dalam bidang ekonomi, pendidikan, dan daya tawar, karena itu sangatlah dibutuhkan adanya undang-undang yang melindungi kepentingan-kepentingan konsumen⁷. Sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tujuan dari perlindungan konsumen adalah : 6 Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012, hlm. 1. 7 Abdul Halim Barkatullah, Hak-Hak Konsumen, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm. 1 a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri; b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakai barang dan/jasa; c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur

kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; f. Meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen. Dengan adanya perlindungan konsumen, diharapkan pelaku usaha mengetahui batasan-batasan dalam menjalankan kewajiban dan juga timbal balik dari masyarakat sebagai konsumen sehingga terjadi kesesuaian dalam memberikan pelayanan barang dan atau jasa. Perlindungan Konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan, pengawasan, dan pendidikan bagi konsumen. Dasar pertimbangan dibentuknya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999, yaitu Pertama; pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen; kedua, semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar; ketiga, untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab.

8. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

9. Pada hakikatnya, perlindungan konsumen menyiratkan keberpihakan kepada kepentingan-kepentingan (hukum) konsumen. Adapun kepentingan konsumen menurut Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/284 tentang Guidelines for Consumer Protection, sebagai berikut: 8 Arrista Trimaya, Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Perubahan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dalam Jurnal RechtsVinding Online, hlm.1. 9 Adrian Sutedi, Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 9.

a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya; b. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen; c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi; d. Pendidikan konsumen; e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif; f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan pada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang

menyangkut kepentingan mereka¹⁰. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara khusus mengatur permasalahan konsumen dan memberi wadah bagi aspirasi dan advokasi yang akan dilakukan konsumen jika terjadi tindakan tidak bertanggung jawab yang dilakukan oleh produsen. Harapan terhadap Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen jelas sangat besar. Walaupun belum sempurna, akan tetapi adanya undang-undang ini merupakan suatu langkah maju dalam rangka menciptakan kegiatan usaha yang sehat di Indonesia pada umumnya, dalam upaya memberikan perlindungan kepada konsumen pada khususnya. Dengan tujuan untuk mewujudkan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Perlindungan konsumen di Indonesia sangat diperlukan karena perkembangan perlindungan konsumen di Indonesia jauh dari ¹⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 115. harapan bahkan sampai saat ini perlindungan yang benar-benar dapat memberikan jaminan atas keperluan konsumen serta kebebasan masyarakat untuk menikmati hak-hak mereka sebagai konsumen belum terwujud¹¹. Sedangkan yang menjadi makna dari Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Pada hakekatnya, terdapat 2 (dua) instrumen hukum penting yang menjadi landasan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia, yakni; Pertama; Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, sebagai sumber dari segala sumber hukum di Indonesia, mengamanatkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Tujuan pembangunan nasional diwujudkan melalui sistem pembangunan ekonomi yang demokratis sehingga mampu menumbuhkan kembangkan dunia usaha yang memproduksi barang dan/jasa yang layak dikonsumsi oleh masyarakat. Kedua; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lahirnya Undang-undang ini memberikan harapan bagi masyarakat Indonesia, untuk memperoleh perlindungan atas kerugian yang diderita atas transaksi suatu barang dan jasa. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen. Dalam penjelasan umum Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pembangunan dan ¹¹ Firman Tumantara Endipraja, Hukum Perlindungan Konsumen Filosofis Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Negara Kesejahteraan, Setara Press, Malang, 2016, hlm. 26. perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor

8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Apalagi sekarang ini kegiatan jual beli lebih banyak dilakukan secara online atau yang disebut dengan E-commerce merupakan suatu kegiatan transaksi yang menggunakan media elektronik sebagai alat penghubungnya antara pelaku usaha dengan konsumen, sehingga kesepakatan atau perjanjian yang tercipta adalah melalui online. Namun, dengan adanya kegiatan jual beli yang dilakukan secara online dengan menggunakan media transaksi elektronik maka sering terjadi kesalahpahaman antara pelaku usaha dengan konsumen. Terhadap perlindungan hukum bagi masyarakat yang melakukan kegiatan transaksi secara online, tidak dapat dipungkiri bahwa posisi konsumen masih lemah dalam transaksi online. Mulai dari belum adanya aturan hukum yang spesifik mengatur hal tersebut, minimnya bukti dan kebanyakan konsumen tidak tahu harus melaporkan kemana jika mereka dirugikan. Sehingga selain diperkuat dengan berbagai aturan tentang transaksi online, kegiatan sosialisasi perlu dilakukan agar konsumen menjadi lebih cerdas dalam memilih penjual dan tahu harus mengadu ke mana ketika muncul masalah dalam kegiatan transaksi online¹². Transaksi online menjadi pilihan karena memiliki keunggulan antara lain lebih praktis serta dapat dilakukan dimana dan kapanpun selama memiliki koneksi internet, namun di sisi lain memiliki dampak negatif yakni timbulnya permasalahan hukum yang pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, maka keperluan terhadap adanya perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi online sangat diperlukan terutama karena konsumen memiliki hak yang secara universal harus dilindungi yakni hak atas keamanan dan keselamatan serta hak atas informasi yang benar¹³. Undang-undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam hal ini adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) karena bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan

12 Endang Wahyuni Setyawati, Perlindungan Konsumen Terhadap Perdagangan Emas Secara Online dalam Jurnal, RechtsVinding Online, hlm. 4.

13 Husni Syawali dan Neni Sri Maniyati, Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 39.

keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, meskipun di dalamnya tidak secara khusus mengatur mengenai transaksi online. Perkembangan teknologi nampaknya membawa perubahan dalam hal terjadinya transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Ini nampak dari semakin maraknya berdagang dan berbelanja secara online (e-commerce). Hanya dengan menggunakan smartphone, konsumen leluasa berbelanja dari "satu mal ke mal yang lain" secara online. Kehadiran e-commerce disatu sisi memang menguntungkan konsumen, terutama yang tidak banyak memiliki waktu berbelanja ke mal/pasar konvensional. Namun, di sisi lain model belanja online juga membawa cacat yang berpotensi merugikan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam dengan judul: "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT PENIPUAN OLEH PELAKU USAHA BERKAITAN KUALITAS BARANG YANG DITAWARKAN SECARA ONLINE"

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian Tesis ini yaitu: 1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan pelaku usaha ? 2. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap penipuan yang dilakukan kepada konsumen berkaitan kualitas barang yang ditawarkan secara online ?

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan pelaku usaha. 2. Untuk mengetahui dan menganalisa pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap penipuan yang dilakukan terhadap konsumen berkaitan kualitas barang yang ditawarkan secara online.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan pikiran bagi para akademisi, menambah kepustakaan penelitian, juga sebagai wacana yang dibidang Hukum Perlindungan Konsumen baik di luar ataupun didalam lingkungan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. 2. Dari segi praktis, penelitian ini bermanfaat kepada para konsumen terutama dalam kegiatan jual beli secara online khususnya dalam marketplace apapun dan memberikan informasi mengenai hak-hak konsumen apabila terjadi kasus ketidaksesuaian dan kecacatan barang.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Metode Penelitian dan Metode Pendekatan Penelitian

ini merupakan penelitian normatif yang berarti penelitian ini meneliti mengenai sisi perundang-undangan itu sendiri, bukan meneliti mengenai gejala sosial akibat perundang-undangan yang ada. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (statue approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach).

1.4.1.1 Bahan Hukum

Bahan hukum yang dipergunakan dalam penelitian Tesis ini dapat dibedakan menjadi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer adalah bahan yang berupa peraturan perundang-undangan yang mengatur dan berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang digunakan untuk memperjelas bahan hukum primer.

1.4.1.2 Bahan Hukum Primer

Dalam penelitian ini bahan hukum primer yang digunakan adalah :

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2. Undang – Undang Republik Indonesia Nomer 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik.
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Informasi Transaksi Elektronik.
5. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
6. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
7. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2006 Tentang Perlindungan Saksi Dan Korban.
8. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2006 Tentang Perlindungan Saksi Dan Korban.

1.4.1.3 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer yang bukan merupakan dokumen resmi. Contoh dari bahan hukum sekunder adalah buku-buku, jurnal, artikel, hasil penelitian, makalah dan lain sebagainya yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

1.4.2 Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Ada beberapa

cara dalam memperoleh data yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain bahan hukum primer dikumpulkan, diinventarisasi, serta diinterpretasi, untuk selanjutnya dikategorikan secara sistematis kemudian dianalisis guna menjawab permasalahan yang ada. Bahan hukum sekunder digunakan sebagai penunjang bahan hukum primer, dari pengumpulan bahan-bahan hukum tersebut lalu dilakukan pengelolaan serta analisa, dan hasilnya disajikan secara argumentatif.

1.4.3 Analisa Bahan Hukum Analisa yang dipergunakan dalam penelitian Tesis ini adalah analisa deduktif, analisa ini dilandasi dari norma-norma, asas-asas hukum serta nilai-nilai yang sudah diakui, lalu diinterpretasikan dalam suatu sistem hukum tersendiri untuk dikaitkan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

1.5 Kajian Teoritis

1. Perlindungan Hukum Mengenai perlindungan hukum, menurut Satjipto Raharjo, arti dari perlindungan hukum ialah pemberian dukungan terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain untuk dapat menikmati semua hak yang telah ditentukan oleh hukum.¹⁴

Perlindungan hukum sebagai fungsi dari hukum, di mana sebuah konsep hukum mampu mempersempit suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan, dan kedamaian. Perlindungan hukum pada hakikatnya tidak membedakan jenis kelamin. Perlindungan memiliki arti melindungi sesuatu dan mengayominya, menjauhkan dari suatu hal yang berbahaya yang berupa kepentingan maupun benda atau barang. Perlindungan hukum bisa didefinisikan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan sistem dan sarana hukum yang ada.

2. Konsumen Secara harfiah, konsumen mempunyai pengertian sebagai pemakai barang dan jasa yang dihasilkan produsen, sedangkan produsen diartikan sebagai setiap penghasil barang dan jasa yang dikonsumsi oleh pihak lain atau orang lain. Kata konsumen berasal dari bahasa Belanda, yaitu konsument, yang oleh para ahli ¹⁴ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 69. hukum disepakati berarti sebagai pemakai terakhir dari benda dan jasa (uitenindelijk gebruiker van goederen en diensten) yang diserahkan oleh mereka kepada pengusaha (ondernemer), jadi mereka yang mengkonsumsi untuk dijual kembali (pemakai perantara) tidak termasuk kelompok yang dikategorikan dalam pengertian konsumen¹⁵.

Pengertian yuridis formal ditemukan dalam pasal 1 angka (2) UUPK dinyatakan bahwa: "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan." Kemudian Hondius (Pakar masalah Konsumen di Belanda) menyimpulkan, bahwa para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai terakhir dari benda dan jasa. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.¹⁶

3. Tindak Pidana Penipuan Dalam Kamus Bahasa Indonesia disebutkan bahwa tipu berarti kecoh, daya cara, perbuatan atau perkataan yang tidak jujur (bohong, palsu, dsb), berarti penipuan adalah dua pihak yaitu menipu disebut dengan penipu dan orang yang ditipu. Jadi penipuan dapat diartikan sebagai suatu perbuatan atau membuat, perkataan seseorang yang tidak jujur atau bohong dengan maksud untuk

¹⁵ Mariam Darus Badruszaman, Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku, Bina Cipta, Jakarta, 1986, hlm. 17. ¹⁶ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Op, Cit, hlm. 18 menyestakan

atau mengakali orang lain untuk kepentingan dirinya atau kelompok¹⁷. Rumusan penipuan dalam KUHP bukanlah suatu definisi melainkan hanyalah untuk menetapkan unsur-unsur suatu perbuatan sehingga dapat dikatakan sebagai penipuan dan pelakunya dapat dipidana. Penipuan menurut pasal 378 KUHP oleh Moeljatno sebagai berikut¹⁸: "Barang siapa dengan maksud hendak menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu atau martabat (hoednigheid) palsu dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun." Berdasarkan unsur-unsur tindak pidana penipuan yang terkandung dalam rumusan Pasal 378 KUHP di atas. Maka R. Sugandhi mengemukakan pengertian penipuan bahwa:¹⁹ "Penipuan adalah tindakan seseorang dengan tipu muslihat rangkaian kebohongan, nama palsu dan keadaan palsu dengan maksud menguntungkan diri sendiri dengan tiada hak. Rangkaian kebohongan ialah susunan kalimat- kalimat bohong yang tersusun demikian rupa yang merupakan cerita sesuatu yang seakan-akan benar." Pengertian penipuan sesuai pendapat tersebut di atas tampak jelas bahwa yang dimaksud dengan penipuan adalah tipu muslihat atau serangkaian perkataan bohong sehingga seseorang merasa terpedaya karena omongan yang seakan-akan benar. Biasanya seseorang yang melakukan penipuan, adalah 17 S, Ananda, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kartika, Surabaya, 2009, hal.364 18 Moeljatno, KUHP (Kitab Undang-undang Hukum Pidana), Bumi Aksara, Jakarta, 2007 19 Sugandhi, R., Kitab Undang-undang Hukum Pidana dan Penjelarasannya, Usaha Nasional, Surabaya, 1980, hal.396-397 menerangkan sesuatu yang seolah-olah betul atau terjadi, tetapi sesungguhnya perkataannya itu adalah tidak sesuai dengan kenyataannya, karena tujuannya hanya untuk meyakinkan orang yang menjadi sasaran agar diakui keinginannya, sedangkan menggunakan nama palsu supaya yang bersangkutan tidak diketahui identitasnya, begitu pula dengan menggunakan kedudukan palsu agar orang yakin akan perkataannya. 4. Pelaku Usaha Menurut [Abdul Halim Barkatulah, menjelaskan pelaku usaha adalah "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang"](#).²⁰ Sebagaimana diatur dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah: "Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi". 5. Jual Beli Online Kegiatan jual beli online saat ini semakin marak, apalagi situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online ini semakin baik dan 20 Abdul Halim Barkatulah, Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 7 beragam. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga

barang yang dijual²¹. Menurut Rahmat Syafe'i, secara bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain²². Kata Online terdiri dari dua kata, yaitu On (Inggris) yang berarti hidup atau didalam, dan Line (Inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa online bisa diartikan "didalam jaringan" atau dalam koneksi. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan online, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam website maupun komunikasi dua arah seperti chatting dan saling berkirim email. Online bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi. Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli online adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara online menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual²¹ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), 589. ²² Rahmat Syafe'i, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Pustaka Setia, 2004), 73 dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan lain-lain.

1.6 Sistematika Pertanggungjawaban Sesuai dengan jumlah permasalahan dalam rancangan penelitian ini, maka penelitian Tesis ini akan berisi IV BAB. Bab I sebagai awal penulisan, berisi Pendahuluan, dalam bab ini akan dijelaskan mengenai hal-hal mendasar berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam Tesis ini, antara lain: latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian teoritis, metode penelitian, metode pendekatan, bahan hukum dan diakhiri dengan pertanggungjawaban sistematika. Bab II merupakan uraian terhadap pembahasan pertama, dalam Bab ini akan dibahas mengenai bentuk perlindungan hukum konsumen yang dikelabui oleh pelaku usaha, dengan Sub Bab I membahas tentang transaksi jual beli online, Sub Bab II membahas terkait dengan hak dan kewajiban penjual dan pembeli dalam transaksi online, Sub Bab III membahas timbulnya penipuan dalam jual beli online, Sub Bab IV membahas tentang bentuk perlindungan hukum bagi pembeli/konsumen dalam transaksi online, Sub Bab V membahas tentang bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang dikelabui oleh pelaku usaha. Bab III merupakan uraian terhadap pembahasan kedua, dalam Bab ini akan dibahas mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap penipuan yang dilakukan terhadap konsumen, dengan Sub Bab I membahas mengenai modus dan cara - cara penipuan menurut hukum, baik konvensional ataupun digital, Sub Bab II membahas jenis konsumen menurut Undang - Undang Perlindungan Konsumen, Sub Bab III membahas hubungan konsumen dengan kualitas barang baik secara konvensional maupun online, Sub Bab IV membahas Bentuk - bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha dan Sub Bab V membahas pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap penipuan yang dilakukan terhadap konsumen berkaitan kualitas barang yang ditawarkan secara online. Bab IV adalah Penutup, Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian Tesis ini, serta saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. BAB II BENTUK

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN YANG DIKELABUI OLEH PELAKU USAHA

2.1 Transaksi Jual Beli Online

Transaksi jual beli online saat ini semakin marak, apalagi situs yang digunakan untuk bertransaksi semakin melimpah dan kualitas sangat baik dengan menawarkan promo yang sangat gila. Namun, dalam sistem jual beli online produk yang ditawarkan hanya berupa penjelasan barang dan gambarpun tidak menjamin kebenarannya. Transaksi adalah suatu kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam menukar barang ataupun jasanya. Transaksi merupakan bagian dari beberapa aktivitas perusahaan yang dilakukan baik pada perusahaan berskala besar, menengah ataupun kecil. Kegiatan transaksi yaitu situasi yang melibatkan unsur lingkungan dan mempengaruhi posisi keuangan, setiap transaksi harus dibuatkan keterangan tertulis seperti nota penjualan atau kuitansi yang biasa disebut Bukti Transaksi. Menurut beberapa ahli dalam terdapat pandangan yang berbeda dalam memberikan teori gagasan atau pandangan terhadap definisi atau pengertian dari transaksi. Menurut Azhar Susanto mengatakan bahwa transaksi merupakan peristiwa terjadinya aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan²³. Skousen menyatakan bahwa transaksi adalah kegiatan pertukaran barang dan jasa antara ²³ Azhar Susanto, 2013, Sistem Informasi Akuntansi, Lingga Jaya, Bandung, h. 8. 25 individu, perusahaan, dan atau organisasi yang memiliki pengaruh ekonomi dan bisnis²⁴. Sedangkan, Mursyidi menyatakan bahwa transaksi adalah kegiatan yang terjadi dalam dunia bisnis yang tidak hanya jual beli pembayaran dan penerimaan uang namun juga adanya kehilangan kebakaran arus dan juga peristiwa lain yang dapat dinilai dengan uang²⁵. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual yaitu pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar barang yang dijual²⁶. Menurut Wirjono Prodjodikoro jual beli adalah persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan barang tersebut dan pihak lain wajib membayar harga yang di mufakati mereka berdua. Secara bahasa Inggris kata online terdiri dari dua kata yaitu On (Inggris) yang artinya hidup atau didalam sedangkan Line yang artinya lintasan, garis, jaringan atau saluran. Secara bahasa Online bisa diartikan sebagai "didalam jaringan" atau "dalam koneksi". Keberadaan terkoneksi jaringan internet disebut Online. Online sendiri bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi. Maka dapat disimpulkan dari pengertian – pengertian diatas bahwa transaksi jual beli Online adalah kegiatan persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai ²⁴ Stice & Skousen, 2017, Akuntansi Keuangan, Salemba Empat, Jakarta, h.71. ²⁵ Mursyidi, 2010, Akuntansi Dasar, Ghailia Indonesia, Bogor, h.39. ²⁶ Departemen Pendidikan Nasional, 2008, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Gramedia Pustaka, Jakarta, h.589. pihak yang membeli atau membayarkan barang yang dijual. Transaksi jual beli online menerapkan sistem jual beli diinternet tanpa ada kontak langsung antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli online memiliki dasar hukum yang diatur dalam hukum positif, yaitu : a. Kitab Undang – undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Jual beli adalah perjanjian yang mengikat sebagaimana dimaksud dalam pasal 1457 KUHPerdata,

yaitu²⁷ : “Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayarkan harga yang telah dijanjikan” Gunawan Wijaya mengatakan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang dari pembeli ke penjual²⁸. Pada buku III KUHPerdara diatur mengenai perikatan yang menganut asas kebebasan berkontrak atau terbuka yang artinya memberikan kebebasan kepada pihak-pihak dalam membuat perjanjian asalkan ada kata sepakat, cakap bertindak hukum, suatu hal tertentu dan suatu sebab tertentu, dan sesuatu sebab yang halal. Begitu juga pada transaksi elektronik yang diatur dalam KUHPerdara yang menganut asas kebebasan berkontrak. 27 Republik Indonesia, Kitab Undang – Undang Hukum Perdata, Pasal 1457. 28 Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, 2003, Seri Hukum Perikatan, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, h. 7. Sifat terbuka dari KUHPerdara ini tercermin dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang mengandung asas kebebasan berkontrak, yaitu²⁹: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Maksudnya ialah setiap orang bebas untuk menentukan bentuk, macam dan isi perjanjian asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum, serta selalu memperhatikan syarat sahnya perjanjian sebagaimana termuat dalam pasal 1320 KUHPerdara, yaitu³⁰: “Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat: 1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; 2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; 3. Suatu hal tertentu; 4. Suatu sebab yang halal.” b. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik, yaitu: “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.” 31 Dalam pasal 3 UU ITE disebutkan juga bahwa:³² 29 Republik Indonesia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1338. 30 Republik Indonesia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1320. 31 Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab I, Pasal 1, angka 2. 32 Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 3. “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.” Pada pasal 4 UU ITE tujuan pemanfaatan teknologi dan informasi elektronik, yaitu:³³ “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk: a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia; b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.” Transaksi Elektronik juga diatur dalam KUHPerdara yang menganut asas kebebasan berkontrak. 2.2 Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli Dalam Transaksi Online Transaksi jual beli antara penjual dan pembeli pada saat ini telah mengalami banyak sekali perkembangan, khususnya sejak pandemi Covid-19 dimana transaksi lebih banyak terjadi secara online. Transaksi tersebut dapat dilakukan oleh siapa saja dan dimana saja bahkan kapan saja. Namun,

dibalik kemudahan dalam transaksi jual beli ini saat ini, terdapat berbagai permasalahan, misalnya barang yang diterima oleh pembeli (konsumen) sering tidak sesuai dengan iklan atau yang dijanjikan oleh penjual (pelaku usaha). Atau, banyak juga terjadi penjual tidak membuat keterangan yang lengkap dalam deskripsi produk sehingga pembeli melakukan transaksi dengan keterangan yang tidak lengkap atau mungkin mengirimkan. Terlepas dari transaksi yang dilakukan secara online atau offline, hukum positif telah mengatur mengenai hak dan kewajiban 33 Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 4 masing-masing pihak untuk melindungi para pembeli/pengguna sebagai konsumen. Pengertian konsumen dan pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang- Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk asuransi. 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 di wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, sebagai berikut: 34 a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; 34 Janus Sibadalok, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, h. 264. d. Hak untuk mendengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian terciptanya perlindungan konsumen secara patut; f. Hak untuk mendapat pelatihan dan pendidikan konsumen; g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; h. Hak untuk mendapatkan penyelesaian, 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-undangan lainnya. Selain konsumen memiliki hak, konsumenpun memiliki kewajiban. Kewajiban konsumen ini diatur dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen yaitu: 35 a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan; b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum perlindungan konsumen secara patut. 35 Janus Sibadalok, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, h. 264. Hak konsumen tidak hanya diatur dalam peraturan nasional, namun juga diatur berdasarkan hukum internasional. John F. Kennedy menyampaikan setidaknya ada 4 (empat) hak konsumen yang wajib dilindungi, terdiri dari 36: a. The right to safety, atau hak memperoleh keamanan. Hak ini ditujukan untuk melindungi konsumen dari

pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Intervensi dan tanggung jawab pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan konsumen sangat penting, maka dari itu regulasi konsumen sangat dibutuhkan untuk menjaga konsumen dari perilaku produsen yang dapat merugikan keselamatan konsumen.

b. The right to choose, yakni hak untuk memilih. Bagi konsumen, hak memilih adalah hak prerogatif konsumen yakni apakah ia akan membeli atau tidak membeli barang dan/atau jasa tersebut.

c. The right to be informed, yaitu hak mendapatkan informasi. Dalam hak ini, keterangan mengenai barang yang akan dibeli konsumen harus lengkap dan jujur, agar tidak menyesatkan konsumen.

d. The right to be heard, atau hak untuk didengar. Hak ini dimaksudkan untuk menjamin bahwa konsumen harus diperhatikan dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijaksanaan. Selain itu, keluhan dan harapan konsumen juga wajib didengar oleh produsen.

36 Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal. 47-48 Sebagai pihak lain dalam sebuah transaksi jual beli, penjual sebagai pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban. Hak penjual diatur dalam Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:

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

Sedangkan kewajiban pelaku usaha tercantum dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, yaitu:

38 a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; 37 Janus Sibadalok, 2014, [Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia](#), PT. [Citra Aditya Bakti, Bandung](#), h. 265. 38 [Janus Sibadalok, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia](#), PT. [Citra Aditya Bakti, Bandung](#), h. 267.

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

2.3 Timbulnya Penipuan Dalam Jual Beli Online Pada perkembangan teknologi Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna internet paling banyak di dunia. Peningkatan angka penggunaan internet di masyarakat ini juga berdampak terhadap munculnya kesempatan bagi para pelaku kejahatan untuk melakukan aksinya

melalui internet, termasuk melalui media baru. Salah satu bentuk kejahatan yang terjadi di media baru adalah penipuan online, di mana penipuan online sendiri menjadi salah satu kejahatan yang paling banyak terjadi di Indonesia. Berbagai data penipuan online tersebut merujuk pada data penipuan online dalam transaksi jual beli e-commerce yang mencakup transaksi melalui media sosial dan marketplace. Penipuan online yang disebabkan oleh transaksi jual beli melalui media baru ini dapat berupa penipuan barang palsu maupun tidak mendapatkan barang atau jasa yang telah dibeli secara online. Kemudian, dengan hadirnya media baru yang memudahkan setiap orang memproduksi, mendistribusikan, dan mengkonsumsi informasi, maka bentuk periklanan baru pun demikian. Salah satu bentuk iklan online adalah iklan melalui mesin pencari, iklan di media sosial, banner, serta iklan pop-up. Berkaitan dengan iklan di media sosial, iklan ini dapat dilihat langsung oleh pengguna jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan YouTube, yang memungkinkan pelanggan dan calon pelanggan untuk berkomunikasi langsung dengan perwakilan merek mereka atau tentang merek mereka dengan teman-teman mereka. Selain itu, dengan adanya iklan di media sosial, pengguna dapat terpengaruh dengan ulasan atau testimonial oleh konsumen lain tentang suatu produk di situs media sosial terkait. Sebab pada era sekarang ini, konsumen cenderung mengandalkan review dari sesama konsumennya untuk membantu membentuk pengetahuan produk konsumen dan keputusan pembelian mereka. Namun, penggunaan iklan di media ini justru membawa tantangan bagi konsumen, karena terdapat iklan online yang menyesatkan dan menipu sehingga pada akhirnya mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Perilaku menyesatkan atau menipu yang dilakukan pelaku ini meliputi beberapa cara. Diantaranya adalah memberikan deskripsi yang berlebihan tentang suatu produk, tidak memberikan semua informasi yang relevan, memberikan informasi yang tidak lengkap tentang suatu produk, dan dalam beberapa keadaan penjual tidak responsif kepada pembeli. Hal ini juga ditemukan dalam beberapa laporan yang ditemukan oleh peneliti dari laporan pengaduan konsumen di Indonesia, seperti produk yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen hingga produk yang tidak sampai ke konsumen³⁹. Banyak faktor yang menyebabkan penipuan melalui bisnis online, secara spesifik setiap negara memiliki faktor penarik yang menyebabkan maraknya kasus penipuan melalui bisnis online di Indonesia⁴⁰ : 1. Faktor pendorong : a. Belum adanya sertifikasi menyeluruh terhadap setiap jual beli secara online. b. Daerah-daerah dimana ada kemiskinan, pengangguran, tuna wisa dan konflik kekerasan dengan senjata. Daerah-daerah ini menimbulkan desakan rakyat untuk berusaha dengan segala cara termasuk penipuan. c. Para pedagang yang memanfaatkan kelemahan jual beli secara online. ³⁹ Badan Perlindungan Konsumen Nasional, "Pengaduan soal e-commerce naik signifikan pada 2022. Diunduh melalui <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2045> pada 20 oktober 2023. ⁴⁰ Della Ravista, 2017, Studi Kecendrungan Tentang Penyebab Terjadinya Penipuan Pada Jual Beli Online, Tempat : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, 18. d. Keluarga yang tidak dapat mengatasi kehidupan ekonominya akan mencari cara lain untuk memenuhi kebutuha-kebutuhan hidupnya. e. Ekonomi : kemiskinan, kurangnya kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak. f. Sosial :

kewajiban sosial untuk membantu dan menolong keuangan keluarga, keinginan untuk mandiri secara finansial, keinginan untuk sejajar dengan tetangga atau teman sebaya yang berhasil. g. Kultur : konsumerisme atau materialistik, keinginan untuk mendapat uang dengan mudah. h. Personal atau pribadi : sifat pribadi yang suka menipu demi keperluan pribadinya. 2. Faktor penarik : a. Efisiensi : kebutuhan kota-kota akan kemudahan bertransaksi dan berbisnis. b. Sosial dan budaya : kebutuhan akan pelayanan-pelayanan jual beli yang mudah dan cepat. Penipuan yang terjadi juga disebabkan oleh korban yang melakukan transaksi jual beli online, karna mudahnya tergiur dengan barang atau produk yang murah dari harga pasaran, tanpa mewaspadai apakah produk yang ditawarkan tidak termasuk unsur penipuan. Korban harus bisa mengetahui harga pasaran dari barang yang akan di beli, dengan mengunjungi website resmi dari produk tersebut dan juga berkunjung ke website yang sudah terkenal baik reputasinya dalam penjualan. 2.4 Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen/Pembeli Dalam Transaksi Online. Transaksi jual beli harus dilakukan oleh kedua belah pihak dengan menyetujui hal-hal yang tidak saling merugikan dari keduanya. Hal ini harus diimbangi dengan hukum yang dapat mengatur keduanya agar tidak terjadi penyelewengan atas hak dan kewajiban penjual maupun pembeli. Saat ini maraknya bisnis online yang memudahkan masyarakat dalam pengembangan teknologi yang sudah semakin berkembang di Indonesia. Namun masih banyak yang harus dibenahi agar keamanan dalam proses transaksi lebih terjamin. Bisnis online memberikan kelebihan dan kelemahan kepada masyarakat yaitu: A. Kelebihan bisnis online ? Efisiensi modal, tidak diperlukan modal besar, karena tidak diperlukan infrastruktur, hanya memerlukan biaya koneksi internet. Tendon barang tidak di perlukan dengan sarana yang luas, karena cukup dengan berkolaborasi dengan perusahaan, agen atau produsen, sehingga tida membutuhkan alokasi waktu yang lama. ? Hemat waktu dan biaya, bisnis online dengan hitungan menit atau detik, sudah bisa diakan transaksi suatu barang, lain halnya dengan bisnis manual yang membutuhkan waktu yang lama, terlebih apabila antara penjual dan pembeli tempatnya berjauhan, atau lintas negara. Bisnis online pasti akan menghemat biaya, waktu dan tenaga. Untuk penyerahan barang dan jasa bisa menggunakan jasa ekspedisi. ? Efisiensi tenaga, tidak memerlukan tenaga untuk menunggu dagangan, karena showroom (ruang pamer) tidak diperlukan menggunakan ruangan cukup dengan show foto brang bdagangan dengan via elektronik. ? Transaksi atau pembayaran via online, cukup menggunakan media lembaga keuangan perbankan dengan menggunakan ATM, e-banking dan sejenisnya. ? Tidak terbatas ruang dan waktu, bisa menjalankan bisnis dimanapun dan kapanpun asalkan tersedia perangkat koneksi yang terhubung dengan internet. ? Biaya murah, biaya yang dibutuhkan jauh lebih murah dibandingkan dengan bisnis offline, karena tidak membutuhkan variable biaya. ? Transaksi cepat proses pelayanan jauh lebih cepat, hal ini sesuai dengan prinsip bisnis yang membutuhkan kecepatan dan ketepatan. ? Tenaga cukup irit, tenaga yang berperan sebagai pelayan hanya diperlukan sangat minim, karena yang mengoperasikan perangkatnya tidak diperlukan banyak tenaga. B. Kelemahan bisnis online ? Pembayaran, bagi orang awam yang kurang mengenal teknologi informasi, pembayaran via online menjadi kendala berat, sudah tidak menguasai teknologi

ditambah lagi tidak mempunyai sarana online. Padahal bila pembayaran belum dilakukan tidak mungkin barang dikirim. Bagi pembeli yang tidak peduli dengan kualitas barang akan mengalami kelemahan terlebih apabila pihak penjual ada unsur ketidakjujuran. ? Barang yang tidak sesuai keinginan, barang yang dipajang hanya via media elektronik, bisa di mungkinkan terjadi perbedaan mutu artinya barang yang diterima tidak sama dengan yang dipesan atau tidak sesuaidengan barang yang dipajang. ? Kesan masyarakat, karena banyaknya penipuan dalam bisnis online mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap bisnis ini. Kerena sering terjadi pembeli telah mengirimkan sejumlah uang tetapi barang tidak dikirim. ? Marak penipuan, bagi pelaku bisnis yang tidak mempunyai perangkat pengaman, baik konsumen maupun produsen akan mudah diterobos oleh para penipu. ? Peran dan fungsi hukum belum optimal dalam melindungi konsumen karena masih adanya konsumen yang ditipu oleh oknum pelaku bisnis online. ? Pengguna internet belum untuk tingkat nasional, pemakai perangkat internet masih rendah hal ini mempersulit untuk pengembangan bisnis online ditingkat daerah, khususnya daerah yang klasifikasi terpencil. ? Penyelesaian sengketa antara penyedia barang/jasa dengan pengguna masih membutuhkan sistem yang solid. Adanya bisnis online tentunya harus diberikan perlindungan diantara kedua pihak. Konsumen juga harus mendapatkan perlindungan hukum agar tidak terjadi kesalahpahaman maupun kerugian dari transaksi tersebut. Berikut adalah perlindungan hukum kepada konsumen berdasarkan Peraturan PerUndang- undangan tersebut diatas :

1. Perlindungan Hukum Ditinjau dari undang – undang perlindungan konsumen. Konsumen dalam berbagai segi merupakan pihak yang lemah kedudukannya bila dibandingkan pelaku usaha, konsumen seringkali tidak memiliki posisi tawar jika berhadapan dengan pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan suatu aturan yang dapat melindungi kepentingan konsumen agar tidak dirugikan atau diperlakukan sewenang-wenang oleh pelaku usaha. Undang – undang perlindungan konsumen menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen seperti tercantum dalam Pasal 1 ayat (1) undang – undang perlindungan konsumen. Undang – undang perlindungan konsumen memberikan perlindungan kepada setiap konsumen yang merasa hak-haknya dilanggar atau dirugikan oleh pelaku usaha. Dalam undang – undang perlindungan konsumen ditentukan secara rinci hak-hak konsumen yang berlaku pula bagi konsumen pengguna transaksi elektronik/E-Commerce. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 undang – undang perlindungan konsumen tersebut, maka dalam hubungannya dengan konsumen pengguna transaksi E-Commerce yang dilanggar oleh pelaku usaha atau penjual adalah sebagai berikut :

- a. Pasal 4 huruf 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. Berdasarkan pasal 4 huruf b tersebut, dalam kaitannya dengan konsumen pengguna transaksi E-Commerce maka pihak pelaku usaha atau penjual harus menyediakan barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- b. Pasal 4 huruf c menentukan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha atau penjual dalam transaksi E-Commerce sebaiknya memberikan

keterangan secara jelas mengenai kondisi barang atau spesifikasi barang dan keterangan – keterangan lain yang berkaitan dengan barang yang dijual/diperdagangkannya. Hal ini penting dilakukan supaya konsumen mengetahui secara jelas kondisi dari barang yang diperdagangkan untuk akhirnya dapat memutuskan apakah membeli atau tidak barang tersebut berdasarkan keterangan-keterangan yang tersedia Dalam Undang – undang perlindungan konsumen, di samping mengatur hak-hak konsumen, diatur pula kewajiban pelaku usaha sebagaimana ditentukan dalam Pasal 7 Undang – undang perlindungan konsumen antara lain yang berkenaan dengan perlindungan hukum bagi konsumen pengguna transaksi E-Commerce yaitu : ? Aspek hukum perlindungan konsumen dalam ketentuan Pasal 7 huruf b menyebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Dalam hal ini penjual wajib memberikan keterangan secara jelas mengenai kondisi barang atau spesifikasi barang dan keterangan – keterangan lain yang berkaitan dengan barang yang dijual/diperdagangkannya. Hal ini penting dilakukan supaya konsumen mengetahui secara jelas kondisi dari barang yang diperdagangkan untuk akhirnya dapat memutuskan apakah membeli atau tidak barang tersebut berdasarkan keterangan-keterangan yang tersedia. ? Pasal 7 huruf d menyatakan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku. Berkaitan dengan konsumen pengguna transaksi E- Commerce maka pelaku usaha atau penjual wajib menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi sesuai dengan standar mutubarang dan atau jasa yang berlaku serta sesuai dengan kondisi barang yang ditawarkan. 2. Perlindungan Hukum Ditinjau dari Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur beberapa ketentuan yang merupakan bentuk perlindungan hukum kepada konsumen pengguna transaksi E-Commerce. Bentuk perlindungan hukum tersebut adalah sebagai berikut : a. Pasal 2 UU ITE Undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang memiliki akibat hukum di Indonesia atau di luar wilayah hukum Indonesia yang merugikan kepentingan Indonesia. b. Pasal 9 UU ITE Dalam pasal ini pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Yang dimaksud dengan informasi yang lengkap dan benar adalah : ? Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara ataupun perantara. ? Informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan atau jasa dalam yang ditawarkan seperti nama, alamat dan deskripsi barang/jasa. 2.5 Bentuk Perlindungan Hukum Konsumen Yang Dikelabui Oleh Pelaku Usaha. Penipuan merupakan salah satu bentuk kejahatan yang diatur dalam KUHP BAB XXV Pasal 378 sampai dengan Pasal 395 KUHP. Hal ini sangat sering terjadi di seluruh bidang terutama dalam bidang

perdagangan. Secara umum kejahatan dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang terdapat aturan atas larangannya di dalam undang-undang dan apabila dilanggar ada ancaman pidana. Indonesia telah mengesahkan Undang-Undang yang berkaitan dengan kejahatan dunia maya (cybercrime) khususnya Transaksi Elektronik yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 atas Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi: "Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik" dimana ancaman pidananya dituangkan dalam Pasal 45A ayat (1) yang berbunyi: "Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan penjara pidana paling lama 6 (enam) tahun/atau denda paling banyak Rp1000.000.000 (satu miliar rupiah)⁴¹" Tindak pidana ITE dalam Pasal 28 ayat (1) terdiri dari unsur-unsur berikut: 1. Kesalahan dengan sengaja 2. Melawan hukum tanpa hak 3. Perbuatan menyebarkan 4. Objek berita bohong dan menyesatkan 5. Akibat konstitutif mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Apabila konsumen telah melaksanakan kewajiban membayar produk yang dipesan maka ia dapat konsumen dapat menggunakan haknya berupa kekuasaan untuk menuntut pelaku usaha melaksanakan kewajibannya menyerahkan produk yang sudah dibayar oleh konsumen. Pelaku usaha 41 Kakoe, Silvony; Masruhin Ruba ; Abdul Madjid. "Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi Sebagai Pidana Tambahan", Jurnal Legalitas", 1979-59955, Vol. 13, No. 2, 2023, 120. mempunyai hak relatif yaitu memperoleh pembayaran yang sudah disepakati oleh konsumen atas produk yang ditawarkan secara online. Selain hak, pelaku usaha juga mempunyai kewajiban yaitu pengiriman produk yang telah dibayar oleh konsumen. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) juga dapat dilihat hak-hak yang mestinya didapatkan oleh konsumen. Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah suatu bentuk upaya yang akan menjamin terciptanya suatu kepastian hukum yang akan memberikan suatu perlindungan dalam hal ini bentuk perlingkungannya terhadap konsumen, ada 4 (empat) macam hak ataupun kepentingan yang mendasar bagi konsumen, yakni sebagai berikut 42: 1. Hak ataupun suatu kepentingan untuk mendapatkan suatu bentuk keamanan (The right to be safety) 2. Hak mendapatkan informasi (The right to get information) 3. Hak untuk memilih (The right to choosenecessary) 4. Hak ataupun kepentingan untuk didengar (The right to get heard) 42 Indrawan, Muhammad dan Pita Permatasari, "Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi", Jurnal Kewarganegaraan, ISSN; 2723-2328, Vol. 6, No. 3, 2022, Jakarta, 6492. BAB III PERTANGGJAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP PENIPUAN YANG DILAKUKAN KEPADA KONSUMEN BERKAITAN KUALITAS BARANG YANG DITAWARKAN SECARA ONLINE 3.1 Modus dan Cara – Cara Penipuan Menurut Hukum, Baik Konvensional dan [Online Hasil penelitian](#) dan pengamatan [yang dilakukan oleh penulis adalah mengenai bentuk – bentuk modus penipuan](#) jual beli [yang terjadi di](#) masyarakat, baik yang secara

konvensional maupun secara online. Penulis memperoleh dari kasus yang dialami oleh korban dan mengkaji empat situs jual beli online yang berkaitan pada permasalahan, keempat situs yaitu Lazada, Instagram, Facebook dan Shopee. Keempat situs jual beli online tersebut memiliki beberapa perbedaan, perbedaan yang ada mempengaruhi tingkat keamanan dari setiap situs jual beli online. Tingkat keamanan yang berbeda membuat setiap situs jual beli online memiliki resiko kejahatan penipuan yang berbeda. Penulis dalam hal ini menemukan beberapa modus penipuan yang menimpa keempat situs jual beli online yang penulis bagi menjadi 3 bentuk penipuan, diantaranya: 3.1.1 Penipuan dalam hal penjelasan (deskripsi) barang Trend belanja online yang semakin pesat perkembangannya, ternyata mendorong para penipu untuk semakin gencar melakukan penipuan. Penipuan deskripsi barang kerap terjadi di situs jual beli online. Beberapa penjual mendeskripsikan barang yang mereka jual ⁴⁷ dengan kalimat-kalimat yang sangat menarik minat pembeli, tetapi kenyataannya sangat berbeda. Penulis menemukan dua kasus penipuan yang terjadi pada penipuan deskripsi barang ini, yaitu: a) Kasus 1 Penipuan terhadap deskripsi barang yang terjadi pada situs Shopee. Dalam kasus ini penjual Shopee yang menawarkan paket netflix selamanya ternyata hanya bisa di pakai sebulan dengan nomor pesanan 200922DU7TA9C8. Ketika di chat, penjual sehari-hari tidak ada respon padahal katanya garansi 3 bulan. Pada saat melihat penilaian terbaru pada toko ini ternyata banyak yang mengalami hal serupa. Jadi predikat bintang 5 pada toko ini bukan jaminan, hati-hati para konsumen penikmat netflix apabila ditawarkan garansi selamanya dan harga jauh lebih murah karena diadakannya diskon besar-besaran itu hanya pembohongan publik.⁴³ b) Kasus 2 Penipuan terhadap deskripsi barang yang terjadi selanjutnya juga pada situs Shopee. Dalam kasus ini penjual Shopee menjual kartu perdana Indosat dengan kuota internet 210GB selama 6 bulan dan kartu langsung aktif. Ternyata setelah dibeli kartu tidak langsung aktif, harus kontak seller dulu. Masalah mulai timbul 1 bulan setelah pembelian kartu pertama. Kartu pertama yang saya ⁴³<https://mediakonsumen.com/2020/11/01/surat-pembaca/beli-paket-netflix-di-shopee-garansi-selamanya-ternyata-hanya-bisa-dipakai-sebulan> (diakses pada tanggal 21 November 2023 pukul 21:40 WIB) beli, sudah 1 bulan selesai. Bulan ke-2 tidak ada masuk kuota padahal di deskripsi barang Shopee, kuota akan masuk otomatis.⁴⁴ c) Kasus 3 Penipuan terhadap deskripsi barang yang terjadi selanjutnya juga pada situs Shopee. Dalam kasus ini penjual Shopee menjual celana dasar merek Erigo untuk pria, disana dijelaskan bahwa Chino Pants Erigo saat ini merupakan salah satu lini pakaian terbaik dan berkualitas tinggi di antara Local Brand Indonesia. Chino Pants are undoubtedly an essential style. Selain serba guna karena modis, celana ini juga merupakan must-have item bagi para pria. Erigo Chino Pants di design dengan warna indah dengan kain pilihan yang membuatmu nyaman sepanjang hari. Memiliki live-button, resleting, belt loop, dan 4 saku simpel pada bagian pinggul. Tetapi setelah sampai ternyata celana tidak sesuai deskripsi, baik ukuran, kualitas bahan, dan warna.⁴⁵ Perbuatan yang dilakukan oleh penjual pada Kasus I dan Kasus II yang terjadi dalam penipuan terhadap deskripsi barang, yaitu melakukan penurunan harga untuk menarik minat pembeli dan memberikan deskripsi sama dengan harga yang jauh berbeda dari toko lain serta beralih penjual bisa

mendapatkan harga yang jauh lebih murah dari tempat lain karena mereka sedang 44 <https://mediakonsumen.com/2020/10/13/surat-pembaca/penipuan-penjual-kuota-indosat-di-shopee> (diakses pada tanggal 21 November 2023 pukul 21.50 WIB) 45 <https://shopee.co.id/Erigo-Chino-Pants-Jacob-Dark-Grey-i.30203584.4141070885> (diakses pada tanggal 21 November 2020 pukul 21:50 WIB) mengadakan diskon besar-besaran. Perbuatan yang dilakukan kedua penjual tersebut juga bertentangan dengan maksud dan tujuan dari diskon itu sendiri. Potongan harga atau diskon adalah salah satu bentuk promosi penjualan yang paling sering digunakan. Kotler mendefinisikan potongan harga/diskon sebagai penghematan yang ditawarkan kepada konsumen dari harga normal akan suatu produk, tertera di label atau bungkus. Potongan harga mempengaruhi emosi konsumen tentang kesempatan yang kebetulan ada sehingga konsumen memiliki keinginan untuk mendapatkan suatu produk yang sedang didiskon karena pada dasarnya diskon diadakan dalam periode tertentu. Tujuan dari penetapan harga diskon haruslah jelas karena akan mempengaruhi langsung atas kebijakan harga dan metode penetapan harga yang digunakan. mendorong pembelian dalam jumlah besar, mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek, mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain.

3.1.2 Penipuan Barang Tidak Sesuai Pesanan Barang yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli merupakan sebuah fenomena yang kerap terjadi dalam belanja online di Indonesia. Banyak konsumen setelah menerima barang pesanan yang dibeli dalam situs jual beli online mendapati bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan yang pesanan. Penulis dalam hal ini akan mengkaji mengenai penipuan yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Penulis telah menemukan dua kejadian barang tidak sesuai dengan pesanan yang dialami konsumen. Kejadian ini dialami oleh konsumen yang berbelanja online melalui Instagram dan Facebook. Penulis akan menguraikan modus penipuan barang tidak sesuai pesanan sebagai berikut: ?

Kasus 1 : Pada kasus penipuan ini penulis menemukan seseorang yang menjadi korban yaitu Juan Puncan Endrile yang membeli masker secara online melalui Instagram. Penipuan tersebut berawal saat ia memesan masker dalam jumlah banyak senilai Rp36.400.000,00 di akun Instagram Intan Karlina pada April 2020. Kejadian membeli masker tetapi barang yang diterima adalah batu bata. Setelah berkomunikasi dengan penjual, warga Jalan Seruni, Kelurahan Bukit Lama, Palembang itu langsung mengirimkan uang melalui mobile banking ke rekening pelaku. Saat transaksi, pelaku mengatakan paket akan langsung dikirim ke rumah Juan. Ketika paketan itu datang, Juan langsung membuka bungkus kardus yang ia yakini berisi masker pesannya. Tapi tak disangka jika kardus pesanan masker ternyata berisi batu bata. Juan pun segera menelepon pemilik akun Instagram Intan Karlina. Ternyata nomor telepon penjual sudah tidak aktif. Sadar menjadi korban penipuan, Juan langsung lapor ke polisi.⁴⁶

Kasus 2 : Pada kasus penipuan ini penulis menemukan seseorang yang menjadi korban yaitu Yusuf yang memesan modem WiFi secara online 46 <https://regional.kompas.com/read/2020/04/07/18010081/cerita-juan-ditipu-saat-beli-masker-transfer-rp-36-4-juta-dan-dikirim-batu?page=all> (diakses pada tanggal 21 November 2023 pukul 23:15 WIB)

melalui Facebook. Kejadian memesan modem WiFi, namun ternyata dikirim pecahan genteng dan botol berisi air. Yusuf melihat iklan modem WiFi di akun Facebook atas nama Puput Asegaf, Yusuf mengaku tertarik dengan harga yang ditawarkan sangat murah. Tak berpikir panjang, Yusuf lalu menghubungi akun itu dan mengirim uang. Setelah beberapa hari, dirinya menerima paket dari akun itu dan ternyata isinya bukan modem seperti yang dia pesan. ? Kasus 3 : Pada kasus penipuan ini penulis menemukan seseorang yang menjadi korban yaitu Novy yang memesan sepatu secara online melalui Shopee. Kejadian memesan sepatu berwarna cream, namun ternyata dikirim warna putih. Novy memesan sepatu untuk customer olshop miliknya, dengan harga diskon yang lumayan dengan merek yang terkenal dia berfikir akan mendapatkan untung nanti jika menjual barang tersebut pada customer. Tapi setelah datang ternyata pesanan sepatu miliknya sangat berbeda dengan yang dia pesan, mereknya juga berbeda. Berdasarkan data di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa pelaku sengaja menawarkan dengan harga yang murah agar korban tertarik untuk membelinya. Saat korban sudah melakukan pembayaran maka pelaku mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan pesanan. Tujuan pelaku adalah untuk mendapatkan uang dari pembeli dan tidak benar-benar menjual barang yang mereka tawarkan.

3.1.3 Penipuan Dengan Cara Berpura-Pura Menjual Barang

Barang yang ditawarkan penjual sebenarnya tidak ada, pelaku hanya memposting gambar yang dilengkapi penjelasa semenarik mungkin dan juga menyertakan bukti orderan palsu supaya korban tertarik dan yakin untuk membeli. Tujuan pelaku adalah untuk mendapatkan uang, setelah uang ditransfer oleh korban maka pelaku akan menghilang tanpa mengirimkan pesanan korban. Penulis telah menemukan tiga kejadian penipuan dengan cara berpura-pura menjual barang yang dialami konsumen. Kejadian ini dialami oleh konsumen yang berbelanja online melalui Lazada, Instagram dan Facebook. Penulis akan menguraikan modus penipuan dengan cara berpura – pura menjual barang sebagai berikut :

a. Kasus 1 : Pada kasus penipuan ini penulis menemukan sepasang suami istri menjadi korban yaitu Steven dan Andrea yang membeli perlengkapan rumah tangga berupa vacuum cleaner di Lazada. Pada kasus ini Steven menjadi korban penipuan, karena korban telah membeli barang kepada seseorang yang berpura-pura menjadi penjual. Korban dalam kasus ini sudah mentransfer uang senilai Rp4.800.000,00 setelah proses membayar selesai, Steven mengaku ditelpon seseorang yang mengaku dari Lazada. Dia diminta untuk melakukan konfirmasi terkait pengiriman barang. Kemudian dikirimkan link, tanpa curiga Steven mengklik link tersebut. Tak berapa lama, sang penjual menginformasikan adanya pembatalan massal dari Lazada. Ketika korban meminta pengembalian uang yang sudah ditransfer ke pelaku, pelaku berdalih bahwa uang sudah dikirimkan kembali kepada korban. Di sinilah kecurigaan Steven timbul, Steven pun langsung melapor ke Lazada setengah jam setelah transaksi. Sayangnya meski ditanggapi oleh bagian customer service dan dijanjikan investigasi, dua bulan berlalu tidak ada solusi. Akhirnya pasangan suami istri ini melaporkan kejadian ke pihak kepolisian. Keduanya berharap kasus penipuannya dapat diusut tuntas.

47 b. Kasus 2 : Pada kasus penipuan ini pengguna Instagram Nadya Khusna tertipu saat membeli produk kecantikan online shop. Mulanya dia sedang menginginkan suatu produk kecantikan. Pada saat dia membuka

Instagram, muncul iklan suatu produk kecantikan tersebut dengan harga murah dan gratis ongkos kirim. Ketika iklan tersebut di-klik, langsung diarahkan pada halaman Instagram toko produk tersebut. Akan tetapi, pemesanan melalui nomor WhatsApp yang tertera di akun tersebut. Setelah melakukan pemesanan dan melakukan transaksi melalui WhatsApp, dia meminta penjual produk untuk mengirimkan resi pengiriman untuk melacak produk tersebut. Akan tetapi, penjual hanya membaca pesan saja. Setelah itu Nadya mencoba terus menghubungi penjual dengan mengirim pesan ataupun menelponnya. Kemudian Nadya mengecek akun tersebut melalui akun pusat produk tersebut. Ternyata akun tersebut memiliki cerita telah menipu banyak korban. Beberapa waktu selang setelah Nadya mencoba terus 47 <https://inet.detik.com/security/d-5078857/cerita-korban-penipuan-di-lazada-uang-jutaan-melayang/1> (diakses pada tanggal 22 November 2023 pukul 00:00 WIB) menghubungi, nomor dan akun Instagram Nadya diblokir oleh admin Instagram produk tersebut. Transaksi yang telah dilakukan senilai Rp200.000,00 ke rekening penipu, hingga barang sampai saat ini tidak pernah diterima. Saat ini toko tersebut masih ada di Instagram dengan jumlah ribuan pengikut, ribuan yang menyukai postingan, dan masih aktif melakukan posting produk yang dijualnya. Akun produk tersebut dilihat dari postingan, highlights yang berisi testimoni dan bukti transfer banyak dari berbagai rekening bank terlihat tidak menipu. Namun, ketika ada yang memberikan komentar bahwa akun tersebut adalah penipuan, admin langsung menghapus komentar tersebut.

c. Kasus 3 : Pada kasus penipuan ini sebuah akun Facebook atas nama Putri Wulandari yang kini berubah jadi Uti Wulandari, yang merupakan milik seorang wanita bernama Novi Srimulyani, warga Lingkungan III, Kelurahan Martubung, Kecamatan Medan Labuhan, Kota Medan, diduga telah melakukan penipuan transaksi online dengan modus penjualan sepeda lipat Turanza bodong yang dipromosikan melalui wadah Facebook Marketplace. Penipuan itu dialami Agus, warga Asahan, yang mengalami kerugian senilai Rp1.000.000 pada transaksi pengiriman 11 Oktober 2020 melalui BRI link tujuan BNI dengan no.rekening 0276829023 atas nama Nova Safriyanti. Menurut Agus, modus penipuan yang dilakukan oleh Uti Wulandari atau Novi Srimulyani dengan menjebak setiap calon korban dengan meminta mereka untuk mentransfer uang terlebih dahulu, baru kemudian barang dikirim. Uti Wulandari selalu merubah-ubah lokasi tempat tinggalnya yang disesuaikan dengan tempat tinggal calon korban. Dalam artian, saat calon korban tinggal di Medan, maka ia akan mengaku tinggal di Tebing tinggi dan begitu sebaliknya. Hal ini akan mengarahkan bahwa antara jarak calon korban dengan dia jauh dan tidak memungkinkan untuk mengecek barang langsung, sehingga calon korban akan dirayu terus agar mentransferkan uang. Agus mengatakan bahwa bukti percakapan dari pesan singkat Messenger dan Whatsapp sudah diambil tangkapan layarnya dan dikumpulkan dalam print – out sebagai barang bukti yang diserahkan kepada LBH Posbakumadin Kota Tanjungbalai, akan diproses sebagai alat pelaporan pada pihak berwajib.

48 Selain modus penipuan jual beli secara online, modus penipuan jual beli secara konvensional atau secara nyata bukan melalui online pun juga sering sekali terjadi dan dijumpai, seperti beberapa kasus ini : a. Kasus 1 : Terdapat penipuan di Pasar Pekauman Sidoarjo dengan korban yaitu ibu – ibu hendak berbelanja di pasar tersebut, Pelaku menggunakan

modus yaitu ibu – ibu di iming – iming hadiah berupa catokan kemudian pelaku menuntun ibu – ibu ini untuk masuk ke dalam toko mereka, kemudian mereka di tawarkan berbagai macam produk elektronik dengan harga 48 <https://www.kupasmerdeka.com/2020/10/waspada-penipu-manfaatkan-facebook-marketplace-untuk-jual-barang-fiktif/> (diakses pada tanggal 22 November 2020 pukul 00:20 WIB) ratusan ribu hingga jutaan rupiah. Jika tidak bisa membeli secara langsung, pelanggan bisa membayar uang muka terlebih dahulu. Tapi begitu pulang, banyak korban bilang barangnya jelek dan nggak sesuai harga. Kemudian korban mengembalikan barang tersebut dan meminta uang kembali tetapi uang tersebut tidak dikembalikan dengan alasan yang beragam.⁴⁹

b. Kasus 2 : Kasus kedua ini terjadi penipuan di Jakarta Pusat tepatnya di Pasar Kenari, modus yang dilakukan pelaku yaitu jual beli barang fiktif dengan harga murah dengan target yaitu para pengunjung Pasar Kenari. Salah satu korbannya membeli kabel pipa gas yang harga (aslinya) bisa sampai Rp 50 juta. Namun, para pelaku menawarkan harga Rp 27 juta, lebih murah dari harga di toko. Setelah timbul kesepakatan dengan calon pembeli, para pelaku kemudian akan meminta korban untuk mentransfer uang muka pembayaran. Para pelaku mengatakan akan mengirimkan barang langsung ke alamat korban sekaligus mengambil uang pelunasan. Setelah ditunggu beberapa hari barang tidak kunjung dikirimkan dan korban sudah mendatangi stand tersebut ternyata stand tersebut kosong.⁵⁰

<https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01402279/ibuibu-di-sidoarjo-banyak-jadi-korban-penipuan-jualbeli-barang> diakses pada tanggal 22 November 2023 jam 21.07 WIB ⁵⁰ <https://megapolitan.kompas.com/read/2022/03/19/15492611/polsek-senen-sebut-kawan-penipu-di-pasar-kenari-pakai-modus-jual-beli> diakses pada tanggal 22 November jam 21.20 WIB

c. Kasus 3 : Kasus penipuan jual beli yang ketiga terjadi di sebuah desa di Gunungkidul. Modus penipuan ini yaitu Pelaku membeli dua ekor sapi dari korban . Kronologinya Si pelaku mendatangi korban yaitu pemilik sapi untuk membeli 2 ekor sapi milik korban dan salah seorang rekannya, kemudian mereka melakukan tawar-menawar dan pelaku mengatakan akan membeli Sapi milik korban yang berjenis Limousin dengan harga 14 juta dan sapi kedua milik rekan korban yang berjenis Jawa dengan harga 20 juta. Akhirnya telah mencapai kesepakatan, pukul 15.00 WIB, Pelaku kembali datang ke rumah korban dengan membawa mobil bak terbuka untuk membawa 2 ekor sapi tersebut. Setelah membawanya, Pelaku mengatakan kepada korban dan rekannya jika akan membayarnya pada bulan berikutnya. Pada bulan berikutnya korban menghubungi pelaku dan tidak ada jawaban lalu korban mencari keberadaan pelaku ternyata pelaku tidak berada di lokasi yang pernah dikatakan oleh pelaku.⁵¹

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaku – pelaku ini hanya bertujuan hanya [untuk mendapatkan uang dari pembeli dengan modus-modus](#) tersebut.⁵¹ <https://www.detik.com/jateng/hukum-dan-kriminal/d-6034821/penipu-spesialis-jual-beli-sapi-dibekuk-di-gunungkidul-begini-modusnya> diakses pada tanggal 22 November jam 21.35 WIB

3.2 Jenis – Jenis Konsumen Menurut Undang – Undang Perlindungan Konsumen

Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu consumer. Dalam bahasa Belanda, istilah konsumen disebut dengan consument. Konsumen secara harfiah adalah “orang yang memerlukan,

membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh".⁵² Istilah lain yang dekat dengan konsumen adalah "pembeli" (Inggris: buyer, Belanda: koper). Istilah koper ini dapat dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli. Bahkan, jika disimak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana di dalam Pasal 1 angka 2 Undang – Undang Perlindungan Konsumen, di dalamnya tidak ada disebut kata pembeli. Peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, menjelaskan istilah "konsumen" sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan Undang – Undang Perlindungan Konsumen). Undang – Undang Perlindungan Konsumen menyatakan "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".⁵³ Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan 52 N.H.T. Siahaan, Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk, Cet. ke-1, Grafika Mardi Yuana, Bogor 2005, hlm. 23. 53 Zulham, S.Hi, M.Hum, Hukum Perlindungan Konsumen, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 15. produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan dan sebagainya. Konsumen diartikan tidak hanya pada individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Adapun yang menarik disini, konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual-beli sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli. Rumusan-rumusan berbagai ketentuan itu menunjukkan sangat beragamnya pengertian konsumen, masing-masing ketentuan memiliki kelebihan dan kekurangan. Tampaknya perlakuan hukum yang lebih bersifat mengatur dengan diimbangi perlindungan tersebut, merupakan pertimbangan tentang perlunya pembedaan dari konsumen itu. Pada umumnya, diperoleh di pasar- pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga masyarakat. Untuk itu dengan mempelajari perbandingan dari rumusan konsumen, kita perlu kembali melihat pengertian konsumen dalam pasal 1 angka 2 Undang – Undang Perlindungan Konsumen, Konsumen adalah : 1. Setiap Orang Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah "orang" sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya, orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk "pelaku usaha" dalam pasal 1 angka 3 Undang – Undang Perlindungan Konsumen yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian person diatas, dengan menyebutkan katakata : "orang perseorangan atau badan usaha." Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha, dengan makna lebih luas daripada badan hukum. Undang – Undang Perlindungan Konsumen tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata "produsen" sebagai lawan dari kata "konsumen." untuk itu, digunakan kata "pelaku usaha" yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir ini dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur (penyedia dana), produsen,

penyalur, penjual dan terminologi lain yang lazim diberikan. Bahkan, untuk kasus-kasus spesifik seperti dalam kasus periklanan, pelaku usaha ini juga mencakup perusahaan media, tempat iklan itu ditayangkan. 2. Pemakai Sesuai dengan bunyi penjelasan pasal 1 angka 2 Undang – Undang Perlindungan Konsumen “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (ultimate consumer).Istilah pemakai dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, yang diartikan sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (the privity of contract). Dapat dilihat bahwa konsumen tidak hanya sekedar sebagai pembeli saja tetapi semua orang (perseorangan atau badan usaha) yang mengkonsumsi jasa dan/atau barang. Keterkaitan disini adalah dimana pelaku usaha dan konsumen tidak hanya sebatas pada transaksi jual beli saja melainkan di saat konsumen tersebut ikut dalam menikmati manfaatdari barang atau jasa yang diberikan oleh si pelaku usaha, sehingga pada saat suatu nanti apabila dia merasa dirugikan maka dapat mengajukan klaim atas ketidaknyamanan terhadap barang atau jasa yang didapatnya dari pelaku usaha tersebut. Dapat disimpulkan bahwa konsumen berdasarkan directive adalah pribadi yang menderita kerugian (jiwa, kesehatan maupun benda) akibat pemakaian produk yang cacat untuk keperluan pribadinya. Jadi, 18 konsumen yang dapat memperoleh kompensasi atas kerugian yang dideritanya adalah “pemakai produk cacat untuk keperluan pribadi.” Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di perdagangkan. Istilah konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, sedangkan konsumen organisasi meliputi organisasi bisnis dan lainnya. Konsumen individu dan konsumen organisasi sama pentingnya karena memberikan sumbangan yang sangat penting bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi.

3.3 Hubungan Konsumen Dengan Kualitas Barang Secara Konvensional Maupun Online Menurut Sumarni dan Supranti

Produk adalah semua yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan⁵⁴. Menurut Kotler kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat⁵⁵. Sedangkan, Kotler & Armstrong menyatakan arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya⁵⁶. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk barang atau jasa untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat 54 Suwarni. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen. Jurnal hal. 80. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.

Malang. 55 Kotler, P dan K, L, Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Indeks. Jakarta. 56 Kotler, P. and G Armstrong. 2004. Principle of Marketing : 10thnEdition. New Jersey: prentice Hall.

memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Menurut Assauri Faktor- faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:57

1. Fungsi suatu produk Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
2. Wujud luar Faktor Wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.
3. Biaya produk bersangkutan Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli. Kotlerpun menjelaskan bahwa terdapat 9 (Sembilan) dimensi kualitas produk yang membedakan suatu produk dengan lainnya, yaitu : Form (bentuk), Features (ciri-ciri produk), Performance quality (kualitas kinerja), Conformance (kenyamanan), Durability (ketahanan), Reliability (keandalan), Reliability (keandalan), Repairability (kemudahan perbaikan), Style (gaya), Design (desain atau model).

58 Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain59: 57

Assauri, S. 2009. Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 58 Sari, D.D. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card Gsm Prabayar XI Di Kota Yogyakarta). Skripsi;Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta. 59 Tjiptono, F. Dan Diana, A. 2015. Palanggan Puas ? Tak Cukup !. Yogyakarta; Andi

1. Kinerja (Performance) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (core product) yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (Features) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Spesification) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Keandalan (Reliability) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
5. Daya tahan (Durability) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
6. Estetika (Esthetica) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

7. Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri - ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

8. Dimensi kemudahan perbaikan (Serviceability) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dimensi dari kualitas produk yaitu Form (bentuk), Features (ciri-ciri produk), Performance quality (kualitas kinerja), Conformance (kenyamanan), Durability (ketahanan), Reliability (keandalan), Repairability (kemudahan perbaikan), Style (gaya), Design (desain atau model), Kinerja (Performance), Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (Features), Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Spesification), Keandalan (Reliability), Daya tahan (Durability), Estetika

(Esthetica), Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality), Dimensi kemudahan perbaikan (Serviceability). Salah satu kerumitan memahami motivasi konsumen berbelanja adalah ada sekian banyak alasan yang saling tumpang tindih, mempengaruhi, dan bercampur aduk. Alasan seseorang membeli produk tidak semata-mata tentang memiliki tapi lebih pada apa arti produk tersebut baginya. Pada banyak kasus, dorongan seseorang membeli sesuatu dipicu oleh keinginan untuk upgrade diri. Seperti kita rasakan bersama, pasti ada banyak sekali alasan seseorang untuk membeli sebuah produk. Biasanya, alasan tersebut saling padu-padan, saling mendukung, dan saling melengkapi. Hanya saja, Anda perlu melihat bagian menarik paragraf pertama yaitu "keinginan untuk upgrade diri" yang sifatnya benar-benar bersifat personal. Artinya, setiap orang memiliki alasan uniknya sendiri saat membeli suatu produk. Meskipun itu produk yang sama. Dengan kata lain, alasan pembelian seseorang sangat berdasar pada emosi. Lebih jauh lagi; alasan seseorang membeli produk adalah ketegangan psikologis. Orang merasakan ketegangan antara apa yang ia punya dan apa yang ia mau. Seseorang hidup dalam realitas saat ini tetapi ia memiliki proyeksi/bayangan/imaji realitas yang diinginkan dalam pikirannya, yang entah bagaimana, akan membuatnya terkesan/terlihat lebih baik. Orang membeli sesuatu untuk mengatasi/menengahi tarik-menarik antara realitas dan proyeksi tersebut. Faktor psikologi adalah motivasi paling dasar seseorang melakukan pembelian. Setelah itu, orang baru memakai logika untuk membenaran aktivitas belanjanya. Sebagai contoh, saat sebuah produk sedang dikirim ke konsumen, lalu status pengiriman masih on process, maka sangat wajar bila konsumen jengkel. Perasaan jengkel itu tidak lepas dari psikologi konsumen. Penulis berusaha memahami bagaimana psikologi konsumen dan status on process pengiriman. Artinya, emosi dan logika ini saling padu-padan, bercampur jadi satu untuk menentukan sebuah pilihan membeli atau tidak, sebagai contoh berikut ini: Alasan logika: Pebisnis online memakai KirimAja dengan tujuan meringkaskan sistem ekspedisi bisnisnya. Alasan psikologis: Pebisnis online memakai KirimAja agar terhindar dari omelan konsumen dan tidak mau uang/tenaganya habis hanya untuk meng-handle urusan ekspedisi yang gak penting-penting amat. Contoh kedua: Alasan logika: Orang membeli makanan di warung tetangga karena murah, atau karena tidak jauh, atau demi meningkatkan penjualan si pemilik warung. Alasan psikologis: Orang membeli warung di tetangga karena si pemilik warung mirip dengan personil Black Pink, atau karena demi kenalan anak pemilik warung, atau karena uang di dompet tinggal selebar Rp10.000. Masalahnya adalah, pada umumnya, konsumen cenderung menutupi dan merahasiakan informasi atau motivasi psikologisnya saat membeli produk. Ada berbagai teori dan penjelasan mengenai psikologi konsumen saat melakukan pembelian suatu produk. Salah satu teori yang relevan untuk mengulas ketegangan psikologis konsumen itu adalah Maslow's Hierarchy Of Needs. Saat level kebutuhan yang lebih rendah sudah dipenuhi, maka orang itu bisa naik ke level kebutuhan berikutnya tanpa harus meninggalkan level yang lebih rendah. Pada umumnya, saat seseorang membeli sebuah produk, maka ia tidak hanya sekedar mempertimbangkan level kebutuhan paling bawah saja. Sebagai contoh, saat Anda membeli makanan (memenuhi kebutuhan fisiologis), maka bisa saja Anda menambahkan faktor pertimbangan

lain, seperti: 1. Membeli produk makanan brand tertentu karena pertimbangan gengsi (penghargaan diri) 2. Menraktir teman (cinta & rasa memiliki) Sehingga, kita tidak hanya membeli produk karena kebutuhan fisiologis saja. Tapi juga mempertimbangkan faktor lain dalam level hirarki kebutuhan Maslow. Sumarwan merinci hirarki kebutuhan Maslow di atas menjadi 22 alasan kenapa konsumen membeli sebuah produk, yaitu: 60 Untuk disukai, Untuk dihargai, Untuk menjadi benar, Untuk merasa penting, Untuk menghasilkan uang, Untuk menghemat uang, Untuk menghemat waktu, Untuk membuat pekerjaan lebih mudah, Untuk merasa aman, Untuk menjadi menarik, Untuk menjadi seksi, Untuk merasa nyaman, Untuk menjadi berbeda, Untuk menjadi bahagia, Untuk bersenang-senang, Untuk mendapatkan pengetahuan, Untuk menjadi sehat, Untuk memuaskan rasa ingin tahu, Untuk kenyamanan, Karena takut, Karena keserakahan, Karena rasa bersalah. Dengan memahami teori di atas, kita bisa menyesuaikan sebuah produk digunakan memenuhi perasaan konsumen bagian yang mana. Hubungan konsumen dengan kualitas barang secara konvensional maupun online adalah konsumen memiliki alasan tersendiri ingin memiliki atau membeli barang tersebut, bisa atas dasar butuh atau atas dasar ingin memiliki saja (penasaran). 60 Sumarwan, 2011. Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.

3.4 Bentuk – Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha adalah kewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Undang Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Konsumen dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha apabila konsumen merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Konsumen dapat mengajukan gugatan berdasarkan wanprestasi atau perbuatan melawan hukum sesuai dengan prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum Perlindungan Konsumen seperti : ? Tanggung jawab kontraktual (contractual liability) ? Tanggung jawab produk (product liability) ? Tanggung jawab profesional (professional liability) ? Tanggung jawab mutlak (strict liability). Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen dalam Undang – Undang Perlindungan Konsumen diatur khusus dalam satu bab, yaitu Bab VI, mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran dan kerugian yang diderita konsumen. Sesuai dengan Undang – Undang Perlindungan Konsumen Bab VI tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha, konsumen mempunyai hak untuk mengajukan tuntutan ganti kerugian atas perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha yang telah merugikannya berdasarkan prinsip-prinsip tanggung jawab pelaku usaha, yaitu berdasarkan prinsip tanggung jawab kontraktual (contractual liability), tanggung jawab produk (product liability), tanggung jawab profesional (professional liability) dan tanggung jawab langsung (strict liability). Mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dilakukan melalui peradilan umum dengan pengajuan gugatan melalui gugatan individual dan gugatan kelompok/c/av.v action. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan prosedur mediasi/konsiliasi dan arbitrase. Pembalikan beban pembuktian diatur dalam Pasal 28 Undang – Undang

Perlindungan Konsumen sehingga unsur pembuktian kesalahan bukan merupakan beban konsumen, tetapi menjadi beban produsen untuk membuktikan tidak bersalah (shifting burden of proof). Undang-Undang Perlindungan Kosumen melalui ketentuan Pasal 19 ayat (1) hanya menyebutkan pihak pelaku usaha yang bertanggungjawab. Tidak diberikan penjelasan lebih rinci pelaku usaha siapa yang dimaksud. Guna kepastian hukum, memang seyogyanya ada kejelasan siapa pelaku usaha yang harus bertanggungjawab atas kerugian konsumen dalam hal produk makanan kadaluarsa. Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi 61: 1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan. 2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran. 3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami berkaitan dengan konsumsi dan perdagangan barang dan/atau jasa di masyarakat. Selanjutnya memperhatikan bentuk ganti rugi yang dapat diberikan terhadap konsumen yang dirugikan, menurut ketentuan Pasal 19 ayat (2) dapat berupa : 1. Pengembalian uang. 2. Penggantian barang dan/atau jasa yang setara nilainya. 3. Perawatan kesehatan. 4. Pemberian santunan 3.5 Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Penipuan Yang Dilakukan Kepada Konsumen Berkaitan Kualitas Barang Yang Ditawarkan Secara Online Transaksi jual beli online memang mudah dan cepat tanpa pertemuan secara langsung dengan penjual, tetapi pembeli tidak dapat melihat langsung kondisi barang yang ingin dibeli. Jika dalam transaksi 61 Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen, Rajawali Pers, Jakarta, hal.125-126 tersebut terdapat penipuan atau pihak penjual melakukan suatu wanprestasi, maka dapat dikenakan sanksi yang sesuai. Sehingga konsumen mendapat perlindungan hukum yang jelas⁶². Bagi para pengguna yang memanfaatkan situs forum atau web untuk melakukan penipuan dengan cara memberikan informasi palsu dan melakukan serangkaian kebohongan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan, dalam hal ini berarti telah melakukan tindak pidana penipuan dan melanggar ketentuan dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang diatur sebagai berikut : "Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik." Menurut analisis penulis, unsur objektif Pasal 28 ayat (1) UU ITE yaitu perbuatan menyebarkan; dan mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Sedangkan unsur subjektif Pasal 28 (1) UU ITE yaitu dengan sengaja; dan tanpa hak (melawan hukum). Sedangkan mengenai Pasal 28 ayat (1) UU ITE di atas, ketentuan pidananya dapat dilihat dalam Pasal 45A ayat (1) diatur bahwa: "Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)." ⁶² Basyirah Mustarin, "Tinjauan Hukum Nasional Dan Hukum Islam Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Jual Beli Online," Jurnal Restorative Justice 1, no. 2 (2017): 132-45, h. 137. Menurut analisis penulis, walaupun masalah perjanjian jual beli melalui transaksi elektronik telah memiliki kepastian hukum, sebagaimana diketahui pengaturan tentang transaksi elektronik yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan

atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai dasar utama pengaturan jual beli online dan PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Akan tetapi, meskipun dengan adanya pengaturan hukum tersebut tetapi fakta di masyarakat masih ditemukan rawan terjadinya penipuan dalam jual beli online. Karena penegak hukum belum cukup mampu menerapkan dengan baik pengaturan hukum tersebut untuk mengantisipasi, mengoptimalkan atau menekan terjadinya persoalan-persoalan hukum yang sering terjadi dalam jual beli online, yaitu utamanya persoalan penipuan dalam jual beli online yang masih rawan terjadinya penipuan. Hal ini diungkapkan penulis berdasarkan masalah-masalah hukum dalam jual beli online yang masih sangat rawan terjadinya penipuan. Terdapat sebuah kasus penipuan jual beli online yang terjadi di Kabupaten Barru Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2021, di mana dalam kronologis kasusnya korban F dan pelaku NBH telah melakukan kesepakatan lewat media online untuk transaksi jual beli masker sensi yang telah diunggah pelaku lewat aplikasi media sosial facebook, kemudian pelaku dan korban mulai saling tawar menawar melalui aplikasi messenger, korban dan pelaku sepakat mengenai harga Rp. 170.000/box dengan memesan masker sebanyak 15 box dengan harga Rp. 2.550.000, kemudian korban chatting lagi lewat whatsapp dan pelaku mengirim nomor rekening ke korban. Akan tetapi, setelah korban mengirimkan uang terhadap si pelaku dengan lunas sesuai dengan harga barang yang dipesan, pada saat uang sampai di tangan pelaku, pelaku pun membuat paket berupa satu kotak berisi buku tulis dan handuk bayi bekas, dengan tampilan rapi kemudian pelaku menarik uang transfer Rp. 2.550.000 lalu menuju ke tempat pengiriman barang di Kota Parepare bersama istrinya, tidak berselang beberapa menit kemudian pelaku memblokir nomor whatsapp dan akun facebook korban.⁶³ Menurut analisis penulis, terdapat sebuah kasus di Kabupaten Barru yaitu kasus penipuan jual beli online lewat chatting media sosial facebook dan whatsapp yaitu jual beli online yang bukan salah satu perusahaan e-commerce, sehingga resiko terjadinya rawan penipuan sangat besar, masalah hukum yang terjadi dalam kasus di Kabupaten Barru yaitu penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli lewat online pelaku dan korban pun sepakat mengenai barang dan harga, Akan tetapi, pada saat penjual mengarahkan pembeli untuk mengirim uangnya pada saat uang sudah sampai di tangan pelaku kemudian pelaku mengirim barang tidak sesuai dengan yang disepakati, sehingga pembeli tidak memakainya, ⁶³ Muhammad Kmaran dan Maskun, "Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika", Balobe Law Jurnal, E-ISSN : 2775-6149, Volume 1, Edisi 1, 2021, h - 51. dalam kasus ini Polres Kabupaten Barru berdasarkan alat bukti, saksi- saksi dan fakta-fakta hukum pelaku dijerat dikenakan dugaan unsur penipuan Pasal 45A ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dengan ancaman pidana paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan akan dikenakan Pasal 378 KUHPidana tentang penipuan dengan hukuman penjara 4 (empat) tahun. Kasus penipuan yang kerap terjadi akhir-akhir ini seakan membuat resah masyarakat. Bagaimana tidak, berbagai cara dilakukan dalam aksi penipuan dan salah satunya adalah penipuan jual beli online yang kini marak dan rawan terjadi di dunia internet. Para pelaku penipuan pun tampaknya

sudah tidak takut lagi dengan hukuman atau pidana yang dapat menjerat mereka apabila mereka terbukti melakukan kejahatan penipuan tersebut. Bahkan penipuan jual beli online semakin marak terjadi dengan cara-cara yang lebih canggih sehingga terkesan tidak meninggalkan bukti. Bisnis jual beli online bisa berjalan dengan baik apabila si pelaku usaha dan konsumen benar-benar jujur dalam bertransaksi jual beli online dan wajib memperhatikan, iktikad baik, prinsip kehati-hatian; transparansi; akuntabilitas; dan kewajaran dalam melakukan transaksi jual beli online tersebut, selain itu dalam melakukan transaksi jual beli online, untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli harus memiliki prinsip kehati-hatian untuk mengantisipasi, mengoptimalkan atau menekan terjadinya unsur penipuan.

BAB IV PENUTUP a. Kesimpulan Penipuan secara online pada prinsipnya sama dengan penipuan konvensional. Yang menjadi perbedaan hanya pada sarana perbuatannya yakni menggunakan Sistem Elektronik (komputer, internet, perangkat telekomunikasi). Penipuan dalam belanja online yang pernah dialami korban diantaranya barang keadaan rusak, barang tidak sesuai dengan pesanan, barang yang tidak sampai pada alamat pembeli, dan barang tidak asli/palsu. Penyebab terjadinya penipuan belanja online diantaranya disebabkan kurang kewaspadaan dan ketelitian dalam berbelanja online dan tergiur tawaran yang menarik sehingga terburu-buru membeli barang. Pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian akibat kerusakan barang yang dibeli konsumen, perlu memperhatikan bahwa bagi pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen dan pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

78 b. Saran Penegak hukum seharusnya mempelajari dan memahami makna dari Undang – Undang Perlindungan Konsumen, Undang – Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang - Undang Perdagangan, sanksi pidana yang berat dapat menimbulkan efek jera kepada pelaku cybercrime. Sehingga konsumen yang menjadi korban tindak pidana penipuan melalui transaksi e- commerce dapat terlindungi dengan baik dan selanjutnya dapat melakukan transaksi melalui e-commerce dengan aman tanpa khawatir menjadi korban tindak pidana penipuan. Adanya sosialisasi mengenai e-commerce agar masyarakat memiliki wawasan yang cukup dan lebih berhati-hati ketika melakukan transaksi melalui e-commerce.

DAFTAR BACAAN A. BUKU Abdul Halim Barkatullah, 2010, Hak-Hak Konsumen, Nusa Media, [Bandung Adrian Sutedi, 2008, Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen, Ghalia Indonesia, Bogor.](#) [Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen](#), Rajawali Pers, [Jakarta Assauri, S. 2009. Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.](#) Az. Nasution, 2007, Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar), Diadit Media, Jakarta. Azhar Susanto, 2013, Sistem Informasi Akuntansi, Struktur Pengendalian Resiko Pengembangan, Edisi Perdana, Lingga Jaya, Bandung. Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta [Firman Tumantara Endipraja, 2016, Hukum Perlindungan](#)

Konsumen Filosofis Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Negara Kesejahteraan, Setara Press, Malang, Gunawan Wijaja dan Kartini Muljadi, 2003, Seri Hukum Perikatan, PT RajaGrafindo Happy Susanto, 2008, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Visimedia, Jakarta Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju, Bandung Janus Sibadalok, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung. Kotler, P dan K, L, Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Indeks. Jakarta. Kotler, P. and G Armstrong. 2004. Principle of Marketing : 10thnEdition. New Jersey: prentice Hall. Mariam Darus Badruszaman, 1986, Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku, Bina Cipta, Jakarta Moeljatno, 2007, KUHP (Kitab Undang-undang Hukum Pidana), Bumi Aksara, Jakarta. Mursyidi, 2010, Akuntansi Dasar, Ghailia Indonesia, Bogor Satjipto Raharjo, 2000, Ilmu Hukum, Bandung: PT Citra Aditya Bakti Stice & Skousen, 2007, Akuntansi Keuangan. Edisi Enam Belas. Jakarta :Salemba Empat Sugandhi, R., 1980, Kitab Undang-undang Hukum Pidana dan Penjelasannya, Usaha Nasional, Surabaya Sumarwan, 2011. Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia. Tjiptono, F. Dan Diana, A. 2015. Palanggan Puas ? Tak Cukup !. Yogyakarta; Andi Zulham, 2013, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013 B. PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Undang – Undang Republik Indonesia Nomer 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Informasi Transaksi Elektronik. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2006 Tentang Perlindungan Saksi Dan Korban. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2006 Tentang Perlindungan Saksi Dan Korban. C. JURNAL Basyirah Mustarin, "Tinjauan Hukum Nasional Dan Hukum Islam Terhadap Konsumen" Della Ravista, 2017, Studi Kecendrungan Tentang Penyebab Terjadinya Penipuan Pada Jual Beli Online, Tempat : Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara, Medan, Kakoe, Silvony; Masruhin Ruba ; Abdul Madjid. "Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi Sebagai Pidana Tambahan", Jurnal Legalitas", 1979-59955, Vol. 13, No. 2, 2023, 120. Muhammad Kmaran dan Maskun, "Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika", Balobe Law Jurnal, E-ISSN : 2775-6149, Volume 1, Edisi 1, 2021 Pengguna Jasa Jual Beli Online," Jurnal Restorative Justice 1, no. 2 (2017): 132–45 Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi", Jurnal Kewarganegaraan, ISSN; 2723-2328, Vol. 6, No. 3, 2022, Jakarta D. KAMUS Departemen Pendidikan Nasional, 2008, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Gramedia Pustaka, Jakarta. S, Ananda, 2009, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kartika, Surabaya. E. SKRIPSI Sari, D.D. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card Gsm

Prabayar XI Di Kota Yogyakarta). Skripsi;Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta. Suwarni. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen. Jurnal hal. 80. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Malang. F. LINK

<https://mediakonsumen.com/2020/11/01/surat-pembaca/beli-paket-netflix-di-shopee-garansi-selamanya-ternyata-hanya-bisa-dipakai-sebulan> (diakses pada tanggal 21 November 2023 pukul 21:40 WIB)

<https://mediakonsumen.com/2020/10/13/surat-pembaca/penipuan-penjual-kuota-indosat-di-shopee> (diakses pada tanggal 21 November 2023 pukul 21.50 WIB)

<https://regional.kompas.com/read/2020/04/07/18010081/cerita-juan-ditipu-saat-beli-masker-transfer-rp-36-4-juta-dan-dikirim-batu?page=all> (diakses pada tanggal 21 November 2023 pukul 23:15 WIB)

<https://www.detik.com/jateng/hukum-dan-kriminal/d-6034821/penipu-spesialis-jual-beli-sapi-dibekuk-di-gunungkidul-begini-modusnya> diakses pada tanggal 22 November jam 21.35 WIB

<https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01402279/ibuibu-di-sidoarjo-banyak-jadi-korban-penipuan-jualbeli-barang> diakses pada tanggal 22 November 2023 jam 21.07 WIB

<https://megapolitan.kompas.com/read/2022/03/19/15492611/polsek-senen-sebut-kawanan-penipu-di-pasar-kenari-pakai-modus-jual-beli> diakses pada tanggal 22 November jam 21.20 WIB

<https://www.kupasmerdeka.com/2020/10/waspada-penipu-manfaatkan-facebook-marketplace-untuk-jual-barang-fiktif/> (diakses pada tanggal 22 November 2020 pukul 00:20 WIB)

<https://shopee.co.id/Erigo-Chino-Pants-Jacob-Dark-Grey-i.30203584.4141070885> (diakses pada tanggal 21 November 2020 pukul 21:50 WIB)

<https://inet.detik.com/security/d-5078857/cerita-korban-penipuan-di-lazada-uang-jutaan-melayang/1> (diakses pada tanggal 22 November 2023 pukul 00:00 WIB)

Badan Perlindungan Konsumen Nasional, "Pengaduan soal e-commerce naik signifikan pada 2022. Diunduh melalui <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2045> pada 20 oktober 2023. 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 79