

BAB II

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN
YANG TIDAK SESUAI DENGAN FOTO YANG ADA DI KATALOG E-
COMMERCE BITTERSWEET BY NAJLA**

**1. Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan *E-commerce*
Bittersweet By Najla**

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat di era globalisasi telah memfasilitasi pergerakan yang efisien dan bijaksana bagi individu dalam memenuhi berbagai kebutuhan manusia. Internet telah secara signifikan menyederhanakan suatu transaksi dan proses belanja hanya melalui sebuah platform. Platform ini ialah *Marketplace*¹³, *Marketplace* merupakan platform online di mana individu terlibat dalam transaksi jual beli. *Marketplace* mengharuskan penggunaan platform berbasis internet dan perangkat teknologi untuk memfasilitasi transaksi, sehingga tidak perlu lagi ada interaksi fisik secara langsung antara penjual dan pembeli. Selanjutnya, *E-commerce* adalah kegiatan komersial yang melibatkan perdagangan tanpa menggunakan kertas. Keuntungan dari *marketplace* adalah sistem keamanannya yang menyeluruh dan kemampuan jual beli *online* yang lebih unggul dibandingkan dengan transaksi yang dilakukan di luar *marketplace*.¹⁴ Terlepas dari tingkat keamanan yang kuat, *marketplace* tetap memiliki risiko bagi konsumen karena adanya kerentanan di dalam

¹³ Iqbal, J., 2019, "Perlindungan Bagi Konsumen Online Marketplace Melalui Mekanisme Online Dispute Resolution (ODR)", *Jurist-Diction*, no. 1, vol. 2.

¹⁴ Nurhafni, N. and Bintang, S., 2018, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perjanjian Baku Elektronik", *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, no. 3, vol. 20.

sistemnya. Kerentanan ini mencakup berbagai aktivitas penipuan yang mungkin dilakukan pelaku jual beli di dalam *marketplace*, seperti menjual barang dagangan yang tidak sesuai dengan representasi visual yang ditampilkan di *e-commerce* mereka. Penjual menggunakan kerentanan yang ada di pasar untuk menipu konsumen mereka.

Setiap konsumen memiliki kualitas yang unik dan perbedaan tersendiri, terutama dalam hal pengambilan keputusan pembelian. Hal ini disebut sebagai perilaku. Perilaku yang diamati berkaitan dengan perilaku pelanggan. Perilaku konsumen mengacu pada tindakan dan keputusan yang dibuat oleh individu ketika mereka mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan mengalokasikan sumber daya untuk barang dan jasa yang diantisipasi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perilaku konsumen mencakup seluruh kegiatan, perilaku, dan proses psikologis yang memengaruhi tindakan yang berhubungan dengan pra-pembelian, pembelian, penggunaan, dan pasca-penggunaan barang dan jasa. Konsumen adalah individu yang terlibat dalam tindakan pembelian barang atau jasa dari pihak lain.

Dalam suatu transaksi yang melibatkan penggunaan produk dan jasa, konsumen rentan dilanggar hak-haknya karena ketentuan perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha. Perlindungan hukum diperlukan dalam situasi ini untuk menjamin keamanan konsumen jika barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang diminta. Hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha di dalam kegiatan jual-beli bersifat saling mengikat, inilah yang menyebabkan konsumen dan pelaku usaha saling memiliki hak dan kewajiban

yang timbal balik. Hal yang akan menjadi fokus utama dalam persoalan ini ialah pemenuhan hak-hak konsumen yang harus dijaga terhadap produk makanan yang tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan pada *e-commerce*. Hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, dan memastikan pemenuhannya melalui penegakan hukum. Tanggung jawab pelaku usaha mengandung kewajiban untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sementara konsumen berkewajiban untuk menjunjung tinggi hak-hak pelaku usaha.¹⁵ Hak konsumen sendiri diatur pada Pasal 4 UUPK, khususnya pada huruf b yang menyatakan "hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan," dan huruf c yang menyatakan "hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa". Lebih lanjut, selain melindungi hak-hak konsumen, UUPK juga mengatur tanggung jawab pelaku usaha. Selain hak-hak konsumen, UUPK juga mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha, seperti yang tertuang dalam Pasal 7 huruf b UUPK, yang menyatakan bahwa "kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, di mana kewajiban pelaku usaha tersebut juga dapat dipandang sebagai hak konsumen."

Meskipun telah ada undang-undang yang melindungi hak-hak konsumen, berbagai pelanggaran terhadap hak-hak tersebut masih terus terjadi di masyarakat. Salah satu contoh pelanggaran tersebut adalah pembelian *Cadbury Layer*

¹⁵ Ali Mansyur, *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional*, Jurnal Pembaharuan Hukum, Vol. 2, No. 1, 2015, h. 6

Bittersweet By Najla melalui aplikasi *Tiktok Shop*, dimana barang yang diperoleh konsumen berbeda dengan gambar yang ditampilkan dalam aplikasi. Oleh karena itu ada hak-hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha dalam konteks ini, yang bertentangan dengan Pasal 4 huruf c dan h UUPK :

1. Mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa, huruf c Pasal 4 UUPK mengatur bahwa konsumen berhak atas informasi yang akurat, transparan, dan benar. Namun dalam kasus ini, pelaku usaha juga telah melanggar asas itikad baik dengan melakukan pengabaian aduan konsumen melalui iklan promosi yang muncul di aplikasi *Tiktok Shop*.
2. Berdasarkan Pasal 4 huruf f, konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, baik berupa ganti rugi uang atau barang pengganti, apabila produk atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan standar yang disepakati atau tidak sebagaimana mestinya. Ketidaksesuaian produk yang diperoleh konsumen dengan gambar yang ditampilkan dalam iklan/foto pada aplikasi *Tiktok Shop* sebenarnya merupakan pelanggaran terhadap pelaku usaha untuk memperdagangkan barangnya. Dalam hal ini, pelaku usaha juga telah melanggar konsep itikad baik dengan mengabaikan keluhan konsumen terkait gambar produk yang ada di aplikasi *Tiktok Shop*.

Aturan-aturan ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki hak-hak hukum terkait barang-barang yang tidak sesuai yang dijual di *marketplace*. Aturan-aturan ini memiliki tujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dan mencegah konsumen dirugikan oleh informasi yang menyesatkan atau tidak akurat. Oleh karena itu, konsumen yang merasa dirugikan karena menerima

barang yang tidak sesuai dengan gambar dalam transaksi di *marketplace* dapat menggunakan dasar hukum yang disebutkan di atas sebagai sarana perlindungan hukum.

2. Pengaturan Hukum Terkait Produk Makanan Yang Tidak Sesuai Dengan Foto Yang Ada Di Katalog *E-Commerce* Bittersweet By Najla

Pengaturan hukum adalah proses pengembangan, pembuatan, dan penegakan hukum yang mengatur perilaku dan interaksi orang dan organisasi di dalam masyarakat. Peraturan hukum bertujuan untuk memberikan ketertiban, keadilan, dan kepastian hukum bagi masyarakat. Dengan demikian, peraturan hukum merupakan bagian penting dalam mempertahankan ketertiban dan keadilan sosial, serta dasar bagi seluruh operasi sistem hukum.¹⁶ Dalam ranah bisnis *online*, khususnya dalam sektor penjualan produk makanan, peraturan hukum yang berkaitan dengan kesesuaian produk dengan gambar yang tercantum dalam katalog *e-commerce* memegang peranan penting. Aspek ini menjadi krusial dalam konteks perlindungan konsumen dan penerapan standar kualitas produk. Beberapa elemen yang memerlukan perhatian dalam pengaturan hukum terkait permasalahan ini mencakup pemanfaatan gambar, label, serta tanggung jawab produsen atau penjual untuk memastikan bahwa produk sesuai dengan representasi visual yang diberikan. Kesesuaian dan kualitas antara produk dengan gambar yang ditampilkan dan informasi penting lainnya dapat membantu memastikan bahwa produk sesuai dengan harapan konsumen. Gambar atau foto dapat menjadi alat yang efektif untuk menampilkan produk secara lebih detail dan

¹⁶ Bojangan, W.A., 2017. *Perspektif dalam Membangun Sistem Hukum yang Progresif sebagai Salah Satu Ilmu Pengetahuan Hukum*. Jurnal Hukum Unsrat, 23(8).

interaktif, sehingga membantu konsumen dalam memahami produk yang akan mereka beli dengan lebih baik.

Perlindungan konsumen disini berfungsi sebagai upaya pencegahan dalam menangani berbagai aspek perlindungan konsumen. Hak konsumen atas informasi sangat penting karena memungkinkan mereka untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk yang mereka inginkan. Hal ini memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian yang sesuai dengan preferensi mereka dan menghindari potensi kerugian yang diakibatkan oleh ketidaksesuaian informasi. Informasi produk yang lengkap dan relevan sangat dihargai oleh pelanggan sebelum melakukan pembelian dengan uang mereka. Sangat penting bagi para konsumen untuk mempertimbangkan faktor-faktor tertentu sebelum menggunakan dana mereka untuk membeli suatu barang.

Pada fakta hukum yang terjadi, konsumen memesan *Cadbury Layer Bittersweet By Najla*, produk tersebut dipesan secara *online* di platform *Tiktok Shop*. Namun, saat konsumen membuka paket produk, makanan yang dipesannya tampak tidak rapi dan hancur di dalam wadahnya, padahal barang tersebut ditutupi dengan *bubble wrap* dan dikemas dengan rapi. Konsumen tersebut pun segera mengajukan komplain kepada *seller*. *Cadbury Layer* sendiri merupakan hidangan yang bahan utamanya ialah *Puff Pastry*. *Puff pastry* konon berasal dari Prancis, di mana *puff pastry* populer sebagai camilan atau hidangan penutup. *Puff pastry* adalah produk *pastry* matang yang dibuat dengan proses penggulungan dan pelipatan dari kombinasi tepung terigu, garam, minyak, dan cairan.

Dari peristiwa hukum yang timbul, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban secara perdata maupun pidana. Untuk memutuskan apakah mereka bersalah atau tidak, dilakukan penyelidikan dan pengumpulan bukti-bukti untuk menentukan sanksi hukum yang akan dijatuhkan. Maka dari itu, terkait kerugian konsumen akibat barang yang tidak sesuai dengan gambar dalam UUPK Pasal 4 Huruf c menyatakan bahwa konsumen berhak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Lebih lanjut, berdasarkan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen yang dirugikan akibat menerima barang yang tidak sesuai dengan gambar berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Menurut Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik wajib menyediakan data atau informasi yang lengkap dan akurat. Di dalam Pasal 65 ayat (2) UU Nomor 7 Tahun 2014 juga menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang menjual barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan data atau informasi yang diberikan. Selanjutnya, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar terkait syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan dalam Pasal 48 ayat (1) dan (2). Para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus memberikan data dan

informasi yang akurat, sesuai dengan Pasal 50 huruf a Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019.

Konsumen yang merasa dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau peradilan umum (litigasi), sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (1) UUPK. Konsumen juga dapat menyelesaikan masalahnya melalui jalur di luar pengadilan (non-litigasi), yang diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK. Salah satu penyebab yang berkontribusi terhadap posisi konsumen yang buruk dalam transaksi *e-commerce* adalah kurangnya edukasi dan pemahaman konsumen terhadap hak-hak mereka sebagaimana diuraikan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Edukasi dan kesadaran konsumen akan hak-hak mereka di bawah Undang-Undang Perlindungan Konsumen sangatlah penting. *Marketplace* harus mengedukasi penggunaannya tentang hak, kewajiban, dan tanggung jawab semua pihak yang terlibat, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 28 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

3. Contoh Kasus Produk Tidak Sesuai Dengan Foto Di Katalog *E-Commerce* dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen

Membeli produk dalam transaksi *e-commerce* memang nyaman dan efisien bagi konsumen, tetapi juga dapat menimbulkan konsekuensi negatif. Konsumen dapat menghadapi risiko yang lebih besar daripada pelaku usaha, termasuk potensi kerugian finansial. Terlepas dari keuntungan dan kenyamanan transaksi *e-commerce*, ada beberapa contoh perilaku curang yang dilakukan oleh pelaku

usaha. Misalnya, pelaku usaha memberikan informasi yang tidak akurat atau tidak jelas mengenai kondisi barang, dan produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang tertera di katalog *online*. Perlindungan hukum diperlukan untuk mengatasi kerugian konsumen yang timbul dalam transaksi *e-commerce* karena posisi konsumen yang rentan. Oleh karena itu, sangat penting untuk melindungi konsumen melalui langkah-langkah hukum. Hukum memiliki tujuan untuk melindungi masyarakat dengan memberikan perlindungan.

Secara konseptual, upaya perlindungan konsumen dilakukan untuk mencapai keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Akibatnya, paradigma *let be consumer* (konsumen harus berhati-hati dalam mengonsumsi barang dan jasa) bergeser menjadi paradigma *let the producer beware* (pelaku usaha harus berhati-hati dalam memproduksi dan menjual barang dan jasa).¹⁷ Pelaku usaha membuat berbagai macam gambar sebagai representasi visual dengan beragam cara untuk menarik pelanggan agar membeli dan memanfaatkan barang yang ditawarkan. Sudah menjadi hal yang lumrah bagi pelaku usaha untuk membuat foto-foto yang cenderung dapat menyesatkan atau bahkan merugikan konsumen demi mendapatkan konsumen. Pada kenyataannya, perlindungan konsumen terhadap produk yang tidak sesuai pada foto produk ini kurang mendapat perhatian.¹⁸

Gambar katalog produk adalah sejenis teknik pemasaran yang digunakan untuk menampilkan barang secara visual kepada pelanggan. Katalog produk dapat

¹⁷ Rizki Tri Anugrah Bhakti, 2017, Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen terhadap Informasi Iklan yang Menyesatkan, *Jurnal Cahaya Keadilan*, no. 1, vol. 5, h. 49-51.

¹⁸ *Ibid*, h. 55.

menampilkan gambar yang jelas dan menarik dari item yang disediakan dengan menggunakan gambar berkualitas tinggi. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk, membantu komunikasi yang efektif, dan membantu upaya penjualan. Oleh karena itu, gambar katalog produk merupakan alat yang signifikan dalam taktik pemasaran, terutama dalam konteks penjualan *online*, dimana visualisasi produk memainkan peran penting dalam menarik perhatian pelanggan. Dalam hal ini, tampilan produk, sebagai salah satu bentuk informasi yang ditawarkan oleh pelaku usaha kepada konsumen, menjadi dasar kesadaran konsumen akan kondisi produk dan layanan yang akan diterima. Konsumen kerap kali berharap kualitas produk sesuai dengan yang dijanjikan. Namun, sebagai konsumen, sebaiknya selalu berhati-hati dalam memilih produk karena gambar bisa saja menipu. Saat ini, cukup mudah untuk menemukan pelaku usaha yang tidak jujur dan hanya mementingkan keuntungan daripada memberikan yang terbaik bagi pelanggan.

Dalam konteks kasus hukum yang terjadi, konsumen tertarik pada produk makanan yang diproduksi oleh Bittersweet By Najla, dimana produk tersebut dapat dibeli melalui platform *online* yang dikenal dengan nama *Tiktok Shop*. Konsumen tertarik dengan tampilan visual dari produk makanan tersebut, dan tanpa mempertimbangkan hal lain ia langsung melakukan pembayaran untuk transaksi tersebut. Setelah menerima barang, konsumen merekam video paket tersebut, yang menunjukkan bahwa isi di dalamnya tampak hancur meskipun telah dibungkus dengan lapisan pelindung, yaitu *bubble wrap*. Pelanggan tersebut segera mengajukan keluhan kepada penjual, pihak penjual tidak tertarik untuk

bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh pembeli dan tidak ada itikad baik untuk memenuhi hal tersebut.

Bittersweet By Najla tetap bersikukuh tidak bersalah dan menegaskan bahwa mereka telah mematuhi peraturan yang telah ditetapkan dalam pengiriman barangnya. Konsumen yang mengalami ketidakpuasan tetap mengupayakan segala cara sebagai pemenuhan hak-hak konsumennya, dimana pihak penjual pada akhirnya tidak menggubris pengaduan ini. Meningkatnya kasus ketidaksesuaian antara barang yang dijual dengan produk yang sebenarnya di *marketplace* menyoroti kelemahan konsumen dalam bertransaksi secara *online*. Namun demikian, hal ini tidak berarti bahwa pelaku usaha memiliki kebebasan untuk mengabaikan batasan-batasan yang ada dalam menjual produk mereka. Konsumen berhak mendapatkan informasi gambar yang jelas terkait produk yang ingin mereka beli. Pedagang di *marketplace* harus memiliki pemahaman yang baik mengenai tanggung jawab mereka ketika melakukan transaksi elektronik untuk memastikan kesejahteraan konsumen tidak terganggu.

Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan menyiratkan bahwa pelanggan memiliki hak untuk mendapatkan barang yang memberikan rasa nyaman, aman, dan selamat. Dampaknya, konsumen akan terlindungi dari segala risiko yang terkait dengan penggunaan atau konsumsi produk. Oleh karena itu, untuk meningkatkan rasa nyaman, aman, dan selamat bagi pelanggan, setiap produk harus mempertimbangkan semua faktor tersebut. Salah satu teknik untuk memberikan rasa nyaman, aman, dan selamat adalah dengan menyertakan foto produk pada kemasan sesuai dengan informasi atau keterangan produk yang jelas,

jujur, dan menyeluruh. Sehingga pelanggan dapat menemukan produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, hak konsumen untuk memilih dan mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar, keadaan, dan jaminan yang diberikan pelaku usaha akan terpenuhi.

Dalam mengkomunikasikan informasi produk kepada konsumen, pelaku usaha harus bersikap adil, jelas, dan jujur. Sehingga konsumen tidak mengalami kerugian akibat penipuan atau penyesatan yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui informasi produk yang tidak benar, membingungkan, atau tidak jujur. Penggunaan media untuk menyampaikan informasi produk harus dilandasi dengan kejujuran dan itikad baik. Dengan demikian, hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk juga terpenuhi. Jika produk yang dimakan oleh konsumen tidak sesuai dengan informasi produk yang diberikan oleh pelaku usaha, maka konsumen berhak untuk didengar pendapatnya dan menyampaikan keluhan atas produk yang dikonsumsinya. Tidak hanya itu, konsumen juga berhak untuk mendapatkan ganti rugi atas masalah yang dialaminya. Semua itu dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha.

Berdasarkan Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat, benar, dan transparan telah diatur dalam Pasal 7 huruf b UUPK. Tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat dan transparan mengenai kualitas dan kondisi produk atau jasa yang diperdagangkan merupakan hal yang sangat penting bagi

konsumen. Hal ini memiliki pengaruh yang penting bagi konsumen, yang membantu mereka menghindari potensi bahaya dan yang dapat disebut sebagai informasi yang menyesatkan. Tujuan memberikan informasi yang akurat adalah untuk mencegah konsumen agar tidak menimbulkan persepsi yang salah mengenai suatu produk atau layanan berdasarkan representasi yang menyesatkan. Representasi memainkan peran penting dalam mencegah kerugian konsumen yang diakibatkan oleh kesalahan representasi barang atau jasa. Biasanya, konsumen lebih rentan terhadap iklan yang memikat yang menggunakan cara berlebihan untuk mempromosikan barang atau jasa, yang pada akhirnya menyebabkan potensi kerugian finansial bagi konsumen.