

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 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

¹ Pasal 1313 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPer).

elektronik sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perdagangan secara elektronik dapat dilakukan dalam suatu wilayah negara maupun antar negara.

Terkait dengan jual beli online, mekanisme pembayaran, hingga keamanan transaksi, ada sejumlah syarat dan ketentuan yang perlu diketahui oleh pelaku jual beli online. Berikut ini adalah penjelasan lebih detail tentang syarat dan ketentuan tersebut:

Syarat dan ketentuan umum: Setiap situs jual beli online memiliki syarat dan ketentuan umum yang perlu ditaati oleh para pengguna. Biasanya halaman ini menyertakan informasi tentang hak dan kewajiban pengguna, jenis transaksi yang diizinkan, batas waktu untuk pembayaran dan pengiriman barang, serta persyaratan lainnya.

Kebijakan Privasi: Kebijakan privasi merupakan hal yang penting dalam jual beli online. Setiap situs jual beli online harus menyediakan kebijakan privasi yang memadai untuk melindungi informasi pribadi pengguna, serta memberikan jaminan bahwa informasi tersebut tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan pengguna.

Ketentuan Pembayaran: Ketentuan pembayaran menjadi hal yang sangat krusial dalam jual beli online. Pengguna harus mengetahui apa saja pilihan metode pembayaran yang disediakan oleh situs jual beli online. Selain itu, pengguna juga

harus memahami ketentuan dan aturan terkait refund atau pengembalian uang, jika terjadi masalah dalam transaksi.

Ketentuan Pengiriman: Ketentuan pengiriman barang perlu diperhatikan oleh para pelaku jual beli online. Hal ini berkaitan dengan waktu pengiriman, ongkos kirim, jenis layanan pengiriman yang tersedia, serta jaminan pengiriman yang aman dan tepat waktu kepada pembeli.

Keamanan Transaksi: Setiap transaksi jual beli online perlu terjaga keamanannya. Oleh karena itu, situs jual beli online harus menyediakan metode pembayaran yang aman, serta sistem keamanan terpadu untuk mencegah adanya penipuan, kecurangan, atau pencurian identitas pengguna. Meskipun jual beli online dianggap sebagai bisnis yang menjanjikan dan praktis, namun tetap ada larangan dan batasan dalam melakukan jual beli online. Berikut ini adalah beberapa larangan yang perlu diperhatikan:

Jual beli produk yang melanggar hukum Dalam jual beli online, ada beberapa jenis produk yang dianggap melanggar hukum, seperti barang-barang terlarang seperti senjata api, narkoba, pornografi serta produk-produk yang dilindungi hak cipta atau merek dagang. Jual beli produk palsu atau KW Salah satu ancaman dalam jual beli online adalah maraknya produk palsu atau KW, yang tidak hanya merugikan pembeli saja, namun juga merugikan produsen dan agen yang telah berusaha keras untuk menciptakan suatu produk. Jual beli barang curian

Larangan lainnya dalam jual beli online adalah jual beli barang yang diperoleh dengan cara curang atau tindak kriminalitas, seperti pencurian atau perampasan barang milik orang lain. Jual beli produk bernilai seni tinggi Ada produk bernilai seni atau budaya tinggi yang dilarang untuk diperjualbelikan secara online, seperti artefak yang dilindungi oleh Undang-undang Warisan Budaya Nasional sebagai benda cagar budaya. Jual beli obat-obatan ilegal Pada situs jual beli online, seringkali dijumpai penawaran jual obat-obatan tanpa resep dokter dan bahkan obat-obatan yang tergolong ilegal. Memperjualbelikan obat-obatan ilegal dapat memberikan dampak buruk pada kesehatan seseorang.

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 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:

² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*, Diadit Media, Jakarta, 2007, hlm. 29.

³ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 39.

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 menghindarkan 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 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.

⁴ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 6.

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 produktifitas 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. Konsumen selalu menjadi objek bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan barang

⁵ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 33.

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. 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).

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.

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

Sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tujuan dari perlindungan konsumen adalah:

- 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 jawab⁸. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah

⁸ Arrista Trimaya, Optimalisasi Pemberdayaan Konsumen Melalui Perubahan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dalam Jurnal RechtsVinding Online, hlm.1.

denga meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yag jujur dan bertanggung jawab⁹.

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:

- 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

⁹ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 9.

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 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.

¹⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 115.

¹¹ Firman Tumantara Endipraja, *Hukum Perlindungan Konsumen Filosofis Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Negara Kesejahteraan*, Setara Press, Malang, 2016, hlm. 26.

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 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 *online*¹².

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

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.

hukum dan 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 KONSUMEN TERHADAP CACAT TERSEMBUNYI ATAS KUALITAS BARANG YANG DIPERJUALBELIKAN 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 berkaitan kualitas barang yang diperjualbelikan 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 berkaitan kualitas barang yang diperjualbelikan 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.

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 pengolahan 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

1.5.1 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 mempersembahkan 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.

1.5.2 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 hukum disepakati berarti sebagai pemakai terakhir dari

¹⁴ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 69.

benda dan jasa (*uitenindelijk gebruiker van gorden en diesten*) 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

1.5.3 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

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

maksud untuk menyesatkan 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

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 Penjasannya, Usaha Nasional, Surabaya, 1980, hal.396-397

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 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.

1.5.4 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

²⁰ Abdul Halim Barkatulah, Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 7

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”.

1.5.5 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 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

²¹ 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

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 penjual dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan lain-lain.

1.5.6 Cacat Tersembunyi

Cacat tersembunyi adalah suatu benda yang memiliki kondisi yang tidak sesuai dengan yang semestinya dimana kondisi barang tersebut telah mengalami kerusakan atau pengurangan kegunaan akibat kekurangan atau kerusakan yang terdapat dalam barang tersebut. Tersembunyi berarti kondisi yang tidak kelihatan dan hanya dapat dilihat jika dilakukan suatu analisa yang lebih teliti dan jelas. Dalam artian ini cacat tersembunyi berarti suatu kerusakan pada barang atau benda yang tidak dapat dilihat secara sekilas dan

tidak Nampak bahwa barang atau benda tersebut memiliki cacat namun hanya dapat dilihat dengan analisa yang lebih teliti dan jelas.

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 proses pengikatan jual beli secara *online*, Sub Bab II membahas terkait dengan hak dan kewajiban penjual dan pembeli dalam jual beli *online* dan Sub Bab III membahas tentang bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli *online*.

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 klasifikasi cacat tersembunyi atas objek jual beli *online* dan Sub Bab II membahas Bentuk-bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha atas cacat tersembunyi .

Bab IV adalah Penutup, Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian Tesis ini, serta saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan yang ada.