

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE ATAS KETIDAKSESUAIAN BARANG YANG DITERIMA

Nur Windy Bripa Landrawati
Ina Rosmaya
Universitas Bhayangkara Surabaya

ABSTRAK

Fenomena yang sering terjadi di masyarakat ketika melakukan belanja online yaitu terdapat keluhan dari konsumen mengenai kegelisahan karena ketidakpuasan dari barang yang dibeli tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Tetapi dari beberapa konsumen lebih memutuskan untuk pasrah serta tidak mengusahakan mengambil haknya ketika dirugikan oleh pelaku usaha dalam melakukan transaksi online. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan suatu penelitian normatif ditujukan terhadap peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan hukum lainnya. Suatu perlindungan yang telah diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 telah mengatur mengenai perlindungan hak-hak konsumen serta pemberian ganti rugi maupun penggantian barang atau jasa jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Kata Kunci: E-Commerce, Ketidakesesuaian Barang, Perlindungan Konsumen

Pendahuluan

Di era digitalisasi saat ini yang diikuti dengan perkembangan kemajuan teknologi dan komunikasi banyak masyarakat yang memilih belanja melalui situs online, kini semua pihak lebih banyak menggunakan perdagangan elektronik (e-commerce) sebagai media transaksi jual beli produk yang mereka tawarkan.¹

Di satu sisi punya manfaat yang cukup positif bagi masyarakat maupun bagi konsumen karena tidak perlu lagi melakukan transaksi jual beli secara tatap muka atau bertemu secara langsung, melainkan bisa dilakukan dimana pun dengan hanya mengandalkan gadget dan jaringan internet. Tetapi disisi lain juga harus banyak waspada bagi konsumen itu sendiri agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha dengan pola belanja online, tidak mengunjungi fisik toko, tidak bertemu dengan penjual, dan juga tidak merasakan atau mencoba barang yang mau dibeli hanya bisa dilihat melalui gambar atau foto. Dari ketiga ciri tadi, maka sangat diperlukan kehati-hatian dalam berbelanja secara online, serta wajib meningkatkan kesepadanan suatu hak maupun kewajiban pelaku usaha serta konsumen terhadap perlindungan konsumen dalam perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha.

Suatu transaksi mengenai produk barang maupun jasa, pelaku usaha wajib memenuhi hak-hak konsumen tersebut dapat terwujud, seperti yang sudah tercantum dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia khususnya untuk

konsumen yang telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pada suatu aturan ini di dalamnya terdapat hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban pelaku usaha. Serta diatur juga dalam UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Dalam hal mengenai barang yang dibeli oleh konsumen sering terjadi permasalahan ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh penjual serta spesifikasi barang yang tertera pada gambar, hal tersebut diatur dalam Pasal 4 Huruf C UUPK yang menjelaskan bahwa pembeli berhak atas adanya suatu informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang yang diperjualbelikan tersebut. Seperti yang terjadi pada beberapa individu tertentu yang lebih memilih berbelanja melalui online karena dinilai lebih efisien dan barang yang diinginkan sudah pasti tersedia. Meskipun demikian, penggunaan teknologi internet untuk melakukan suatu transaksi online mempunyai dampak negatif terhadap konsumen.²

Penerapan perlindungan konsumen terkait jual beli online tidak jarang menimbulkan permasalahan. Seperti dalam suatu pembelian produk baju yang dipesan oleh pembeli ketika barang telah sampai tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditunjukkan pada platform toko online tersebut. Fenomena ini sering terjadi di

¹ Wahyu Srisadono, "Strategi Perusahaan E-Commerce Membangun Brand Community Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Penjualan," *Jurnal Pustaka Komunikasi* 1, no. 1 (2018): 167-179, <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/download/552/279>.

² Ambo Aco and Andi Hutami Endang, "Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar," *INSYPRO (Information System and Processing)* 2, no. 1 (2017), <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/insypro/article/view/3246/3088>.

masyarakat ketika berbelanja secara online yaitu fenomena berupa keluhan-keluhan dari konsumen mengenai kegelisahan karena ketidakpuasan dari barang yang dibeli tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha, dan konsumen dirugikan dalam hal seperti ini.

Metode Penelitian

Untuk penelitian hukum normatif, maka tipe penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji serta menganalisis suatu penelitian hukum yang sedang berlaku (hukum positif). Pendekatan yuridis normatif didasarkan pada bahan hukum yang mengkaji teori, konsep, asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian ini disebut juga pendekatan kepustakaan yaitu dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

Kajian Pustaka

Hukum Perlindungan Konsumen

Konsumen adalah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali. Dengan kata lain, peralihan kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.³

Dalam Pasal 4 UUPK disebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut

sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.

Selain itu, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dan lain-lain.

Dalam Pasal 8 UUPK lebih dijelaskan dengan terang bahwa pasal ini melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Maka konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UUPK berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UUPK berkewajiban memberi kompensasi,

³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2006).

ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang berbunyi: “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).”⁴

Transaksi Jual Beli Secara Online (e-Commerce)

E-commerce yaitu penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah dan mendefinisikan kembali hubungan yang baru antara penjual dan pembeli. Secara umum bisnis e-commerce di Indonesia dapat dibedakan menjadi 5 bentuk berbeda, yaitu: (1) Classifieds / Daftar Iklan Baris. Bentuk bisnis yang pertama adalah classifieds atau daftar iklan baris. Bentuk bisnis ini merupakan bentuk yang paling sederhana dari usaha E-commerce yang ada. Itu karena bentuk bisnis ini mempunyai ciri khas dimana penyedia jasa E-commerce tidak terlibat secara langsung dalam proses jual beli yang terjadi. Dalam bentuk bisnis ini, pihak perusahaan e-commerce hanya menjadi media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam satu tempat. Ciri-ciri dari bentuk bisnis classifieds atau daftar

iklan baris adalah web penyedia layanan e-commerce tersebut sama sekali tidak terlibat atau memfasilitasi secara langsung transaksi jual beli online yang berlangsung. Ciri yang kedua adalah dalam memanfaatkan layanan E-commerce tersebut, siapa saja yang ingin menjual barang yang dimilikinya bebas melakukan hal tersebut kapan dan dimana saja secara online. Ciri lain dari bentuk ini adalah pihak E-commerce mendapatkan keuntungan dari iklan premium yang terpasang pada website tersebut. Penyedia layanan E-commerce di Indonesia yang menggunakan bentuk bisnis ini antara lain Berniaga, TokoBagus dan juga OLX. Hingga saat ini OLX menjadi jaringan perusahaan E-commerce yang terlama yang ada di Indonesia dan masih tetap eksis hingga saat ini. Selain ketiga e-commerce tersebut, Kaskus FJB (forum jual beli) pada dasarnya juga menganut bentuk bisnis ini karena selama proses transaksi pihak Kaskus sendiri tidak memberikan keharusan bagi para penjual atau pembeli menggunakan layanan transaksi apapun yang mereka sediakan. Dalam sistem pembayarannya pun, para penggiat Kaskus FJB banyak yang menggunakan metode COD atau cash on delivery. Secara umum tipe E-commerce ini lebih cenderung digunakan oleh para penjual yang hendak menjual barang bekas atau yang jumlahnya terbatas; (2) Marketplace C2C (Customer to Customer). Yang membedakan antara bentuk bisnis ini dengan bentuk classifieds adalah selain menawarkan tempat sebagai media promosi barang dagangannya, pihak E-commerce juga memberikan layanan metode pembayaran dari transaksi online yang

⁴ Pemerintah Pusat, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta, 1999),

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>.

dilakukan. Hal tersebut juga menjadi ciri utama dari bentuk bisnis e-commerce Marketplace C2C. Pada umumnya pihak E-commerce akan memberikan layanan Escrow atau rekening pihak ketiga. Fungsi dari Escrow tersebut adalah sebagai jembatan antara penjual, pembeli dan pihak E-commerce. Jika sudah terjadi kesepakatan pembelian, pembeli harus mentransfer dana kepada pihak escrow. Baru setelah dana dikonfirmasi masuk ke escrow, penjual bisa mengirimkan barangnya para pembeli. Dan setelah pembeli mengkonfirmasi kedatangan barang, maka pihak escrow akan memberikan uangnya ke penjual. Selain lebih aman, dengan menggunakan jasa escrow jika tiba-tiba terjadi masalah dengan barang, dana akan bisa segera dikembalikan pada pembeli. Pada situs Kaskus FJB (forum jual beli), jasa escrow lebih dikenal dengan nama Rekber atau rekening bersama. Perusahaan E-commerce yang mengadopsi bentuk bisnis ini antara lain Tokopedia dan Lamido. Perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan dari sistem iklan premium dan juga adanya komisi dari jasa escrow. Bagi anda para penjual yang memiliki barang dengan jumlah yang cukup banyak, bisa mencoba menjadi penjual para bentuk bisnis E-commerce yang satu ini; (3) Shopping Mall. Bentuk bisnis e-commerce Shopping Mall, semua proses serta layanannya kurang lebih sama dengan bentuk bisnis Marketplace C2C yang membedakan antara keduanya adalah penjual yang ada pada e-commerce tersebut. Pihak yang bisa masuk menjadi penjual di E-commerce tersebut hanyalah brand-brand besar yang telah mempunyai nama di pasar lokal atau pun internasional. Untuk masuk pun membutuhkan proses verifikasi yang tidak mudah. Dari segi keuntungan, pihak E-commerce bisa

menarik komisi dari penjual yang notabene brand besar tersebut. Dengan begitu pendapatannya pun bisa lebih besar. Hingga saat ini, di Indonesia bentuk bisnis ini baru diterapkan oleh satu E-commerce yaitu Blibli; (4) Toko online B2C (Business to Consumer). Pada dasarnya bentuk bisnis ini lebih berfokus pada penjualan barang atau produk milik perusahaan E-commerce itu sendiri. Sehingga semua keuntungan dari penjualan produk murni dimiliki oleh perusahaan E-commerce dan tidak dibagi dengan pihak lain. Jenis bisnis ini merupakan salah satu bentuk yang paling berkembang di Indonesia, namun dalam pengembangan bentuk bisnis ini tentunya juga tidak mudah. Selain diperlukan modal yang sangat besar, ketersediaan pasokan barang serta sistem penjualan semuanya harus dihandle sendiri oleh pihak E-commerce. Beberapa perusahaan E-commerce yang menerapkan bentuk bisnis ini antara lain Lazada, Bhineka, dan Berry Benka. Namun seperti halnya Lazada juga masing-masing memiliki sistem layaknya Marketplace C2C yang dapat menerima penjual mandiri yang memiliki barang yang cukup banyak dan terjamin ketersediannya; (5) Sosial Media Shop. Bentuk bisnis E-commerce yang terakhir adalah sosial media shop. Bentuk ini bisa dikatakan muncul seiring perkembangan sosial media yang makin menanjak. Potensi dari sosial media tersebut kini dimanfaatkan langsung oleh perusahaan E-commerce dengan membangun bisnis yang berbasis pada sosial media tersebut. Saat ini sosial media yang menjadi lahan utama perkembangan bentuk bisnis ini masih didominasi oleh Facebook, namun dengan pergeseran tren sosial media yang terjadi akhir-akhir ini juga telah membuka pesaing baru seperti Instagram dan juga Twitter. E-commerce di Indonesia yang menyediakan bentuk bisnis

ini adalah Onigi. Keuntungan dari bentuk ini adalah dari segi pemanfaatan banyaknya konsumen yang berasal dari sosial media tersebut dan juga kemudahan dalam pembuatannya. Dengan lebih mengenal bentuk bisnis E-commerce tersebut, bisa menjadi tambahan informasi terutama bagi anda yang berniat menjadi penjual.⁵

Hasil dan Pembahasan

Perlindungan konsumen terhadap jual beli secara online atas ketidaksesuaian barang yang diterima berdasarkan KUHPerduta dan UU Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya peranan hukum dalam transaksi jual beli melalui e-commerce yang mana sebatas perbuatan hukum di sektor perdagangan jual beli bertujuan untuk mengalihkan hak atas suatu barang ataupun jasa serta memperoleh kompensasi ataupun bayaran. Disamping itu mendapatkan kompensasi, pelaku usaha bersaing disektor perdagangan dengan dibantu konsumen pasar yang kompetitif setiap pelaku usaha berkembang, akan tetapi sering kali konsumen dirugikan oleh pelaku usaha dan mereka enggan untuk menuntut kerugian yang telah dideritanya. Oleh karena itu, konsumen menganggap bahwa mereka adalah pihak yang sangat lemah sehingga dengan adanya asumsi tersebut, maka dibuatlah suatu aturan mengenai perlindungan konsumen.

Suatu pandangan dari Az Nasution mengatakan bahwasanya hukum perlindungan konsumen adalah asas atau kaidah yang mengandung sifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen,

sedangkan hukum konsumen adalah hubungan serta permasalahan dalam kehidupan bermasyarakat telah diatur oleh hukum antara para pihak yang bersangkutan terkait dengan barang dan/atau jasa konsumen.⁶

Pada suatu transaksi *e-commerce* sama seperti transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, akan tetapi bedanya dilakukan melalui internet serta para pihak tidak bertemu secara langsung (face to face). Oleh karena itu, e-commerce mempunyai dasar hukum perdagangan yang bersifat spesifik yang sama halnya dengan perdagangan konvensional karena dapat mempengaruhi peran media serta perangkat elektronik. Terdapat dalam UU ITE Pasal 1 angka 2 mengenai transaksi elektronik pada dasarnya, perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan sistem elektronik berbasiskan komputer dengan sistem komunikasi yang selanjutnya di fasilitasi dengan adanya jaringan internet.

Sebelum lahirnya UUPK, banyak ketentuan hukum yang melindungi konsumen dan sampai saat ini ketentuan tersebut masih berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus atau bertentangan dengan UUPK. Perlindungan hukum terhadap konsumen meliputi bidang hukum privat maupun hukum publik, dimana hukum privat sebagai hukum yang mengatur hubungan antara satu orang dengan orang yang lain dengan menitikberatkan terhadap kepentingan individu. Sedangkan hukum yang mengatur hubungan antara negara dan warga negaranya disebut hukum publik.

⁵ Srisadono, "Strategi Perusahaan E-Commerce Membangun Brand Community Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Penjualan."

⁶ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif Dan Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018).

Merujuk pada suatu hak yang merupakan wewenang atau peranan yang terdapat dalam diri seseorang yang bertindak sehubungan dengan suatu yang menjadi obyek dari haknya itu terhadap orang lain. Di sisi lain, kewajiban adalah sesuatu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan haknya terhadap suatu hubungan hukum harus terwujud. Obyek hukum merupakan pokok dari hubungan hukum yang berguna, bernilai, berharga bagi subyek hukum. Sedangkan subyek hukum adalah segala sesuatu yang memiliki kewenangan hukum (*rechtsbevoegheid*) serta sebagai penunjang hak dan kewajibannya.⁷

Hubungan hukum di atas mengenai *e-commerce* muncul sebagai pelaksanaan dari asas kebebasan berkontrak (*laissez faire*) yang mengikat para pihak (*pacta sunt servanda*). Hal ini diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1338, "Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku halnya sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya."

Namun, kebebasan berkontrak dalam *e-commerce* tetap memiliki pembatasan dalam KUHPperdata, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata, sahnyanya suatu perjanjian wajib didasarkan pada:

1. Kesepakatan dari mereka yang mengikatkan diri (*agreement*)

Berdasarkan pada Pasal 1321 BW, suatu perjanjian wajib dibuat berdasarkan kebebasan berkontrak. Para pihak yang mengikatkan diri tidak dapat mengadakan perjanjian yang mengandung pemaksaan atau pemerasan (*dwang*), penipuan

(*bedrog*), dan kekeliruan atau salah pengertian (*dwaling*). Jika hal itu terjadi, maka perjanjian tersebut cacat dan dapat dibatalkan.

2. Kecakapan dari para pihak (*capacity*)

Dalam KUHPperdata Pasal 1329 menyatakan bahwa setiap orang mampu dalam membuat perjanjian, kecuali menurut undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Maka subyek pada umumnya dalam membuat suatu perjanjian yaitu orang dewasa telah berusia 21 tahun atau telah menikah dan memiliki akal yang sehat, serta mampu melaksanakan tindakan hukum.

3. Mengenai hal tertentu (*certainty of terms*)

Hal ini membahas mengenai obyek dari perjanjian. Dalam membuat perjanjian obyek harus jelas, sesuatu yang dijanjikan harus jelas sehingga hak dan kewajiban para pihak bisa ditetapkan.

4. Suatu sebab yang halal (*consideration*)

Dalam membuat suatu perjanjian wajib didasarkan pada kuasa atau sebab yang diperbolehkan dan tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Maka dari itu, yang disebut syarat terdapat dua syarat yaitu (1) syarat

⁷ Resa Raditio, *Aspek Hukum Transaksi Elektronik : Perikatan, Pembuktian, Dan Penyelesaian Sengketa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014).

subyektif adalah syarat mengenai orang atau subyek yang membuat suatu perjanjian; dan (2) syarat obyektif terdapat dua syarat yang terakhir memuat perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan. Apabila (1 dan 2) tidak terpenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan. Namun jika para pihak tidak ada yang keberatan, maka perjanjian tersebut dianggap sah. Selain itu, jika (3 dan 4) tidak terpenuhi, maka perjanjian ini batal demi hukum. Dengan kata lain, yang berarti sejak semula dianggap tidak pernah diadakannya suatu perjanjian. Perjanjian yang tidak sah yaitu perjanjian yang sejak awal batal dan belum tentu mengakibatkan dampak hukum pada dua belah pihak. Perjanjian yang melanggar hukum, kesusilaan, serta ketertiban umum yakni batal demi hukum. Sehubungan dengan suatu perjanjian yang bisa dibatalkan, berarti salah satu pihak berhak atas hak untuk meminta perjanjian tersebut dibatalkan.

Menurut Undang-undang, jual beli dianggap terjadi ketika penjual dan pembeli telah sepakat terhadap barang beserta harga jualnya, walaupun penjual belum menyerahkan barang yang diperjanjikan kepada pembeli atau pembeli belum membayar harga yang disepakatinya. Ketentuan Pasal 1457 sampai dengan 1540 BW membahas mengenai jual beli yang sama halnya dengan jual beli melalui *e-commerce*.

Menurut Pasal 1457 KUHPerdara mengenai jual beli, dalam perjanjian salah satu pihak berkewajiban untuk menyerahkan suatu barang sedangkan pihak lain membayar harga yang telah disepakati. Namun Pasal 1458 juga menjelaskan, ketika orang-orang mencapai sepakat mengenai barang dan harga tersebut maka jual beli dianggap telah

terjalin antara kedua belah pihak, walaupun barang belum diserahkan dan harganya belum dibayar.

Dari ketentuan tersebut terdapat aspek penting, bahwasannya jual beli itu diperlukannya suatu kesepakatan dari pihak penjual dengan pembeli, dimana mereka saling terikat satu sama lain untuk melakukan apa yang telah disepakatinya (asas konsensualisme). Penjelasan dari Pasal 1458 BW tersebut, penjual dan pembeli tidak dapat mengingkari pelaksanaan perjanjian yang telah mereka sepakati bersama. Jika dari salah satu pihak berusaha buat mengingkari kesepakatan tersebut, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang telah mengingkari kesepakatan tersebut.

Mengenai hal tersebut suatu transaksi perdagangan yang dilaksanakan melalui online terdapat dalam pengertian Pasal 1313 KUHPerdara tidak dapat dipisahkan dari konsep perjanjian secara mendasar. Perjanjian ini tertuang dalam Buku III KUHPerdara, memiliki sifat terbuka artinya ketentuan-ketentuannya dapat dikesampingkan sehingga hanya berfungsi mengatur saja. Hal ini yang menegaskan bahwa perjanjian adalah satu orang atau lebih mengenai suatu perbuatan yang mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Atas dasar tersebut jual beli secara online tidak dapat mengesampingkan hubungannya dengan Pasal 1320 KUHPerdara sebagaimana bentuk syarat sahnya perjanjian, serta jual beli yang dilakukan secara online juga tidak dapat mengesampingkan Pasal 1457 KUHPerdara sebagai bentuk suatu jenis transaksi elektronik. Mengingat bahwa didalam Pasal 1338 KUHPerdara memahami suatu asas kebebasan berkontrak, maka perjanjian yang dibuat

secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Suatu hak pribadi masyarakat telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengenai hak-hak konsumen. Dimana hukum perlindungan konsumen yang mencakup keperdataan ini di dalamnya terdapat hak-hak konsumen yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan. Konsumen mempunyai hak keperdataan dalam hal ini mampu memeperjuangkan haknya sendiri melalui prosedur hukumperdata yang telah disediakan oleh negara. Tentunya apabila penjual melanggar hak konsumen yang menimbulkan kerugian, maka konsumen dapat mengajukan tuntutan (gugatan) secara perdata untuk dapat menegakkan kembali haknya tersebut. Prosedur untuk mengajukan tuntutan (gugatan) diajukannya ke pengadilan dengan ketentuan hukum yang berlaku.⁸

Penetapan kepastian hukum tersebut bertujuan sebagai penahan untuk mencegah tindakan sewenang-wenang para pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam membuat suatu rumusan mengenai perlindungan konsumen cukup mudah dimengerti serta mencakup banyak hal mengenai suatu jaminan perlindungan terhadap konsumen. Walaupun UUPK dimaksudkan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak dipedulikan. Oleh karena itu, UUPK ini juga mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha dengan harapan pelaku usaha dapat menjalankan usaha dengan aman dan terstruktur. Sehingga para

konsumen merasa terlindungi dengan adanya UUPK ini. Sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 4, bahwa hak konsumen sebagai berikut:

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

⁸ Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif Dan Ekonomi Syariah*.

Terlihat jelas terdapat dalam point (h) bahwasannya, konsumen/pembeli mempunyai hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian ketentuan ini terdapat dalam Pasal 7 huruf g UUPK.

Ganti rugi yang dimaksud merupakan penggantian suatu barang akibat kerugian yang diderita oleh pihak konsumen (pihak yang sering dirugikan) yang sama nilainya dengan suatu barang yang diperjanjikan. Pada hakikatnya, ganti rugi atas kerugian konsumen berfungsi untuk:

1. Pengembalian hak-hak yang telah dilanggar;
2. Pengembalian atas kerugian materiil maupun immaterial yang dialami;
 - a. Kerugian materiil, yaitu berupa kerugian pada barang-barang yang dibeli.
 - b. Kerugian immaterial, yaitu kerugian yang dapat membahayakan kesehatan dan/atau jiwa konsumen.

Mengenai suatu wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan (Prof. R. Subekti, S.H), dapat berupa 4 (empat) macam kondisi yaitu:⁹

- 1) Tidak melakukan apa yang dijanjikan;

- 2) Janji tersebut terpenuhi, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- 3) Memenuhi janji tetapi terlambat;
- 4) Melakukan sesuatu yang tidak diperbolehkan oleh perjanjian.

Apabila terjadi 4 (empat) keadaan diatas, dan barang yang diterima konsumen tidak sesuai berdasarkan spesifikasi yang tertera pada promosi barang penjualan melalui e-commerce, maka konsumen dapat menggugat penjual online tersebut secara perdata dengan dalih terjadinya wanprestasi.

Maksud dari diundangkannya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berupaya mengontrol perilaku para usaha bertujuan agar konsumen terlindungi secara hukum, artinya dengan melindungi kepentingan konsumen melalauai suatu perangkat hukum diharapkan akan terciptanya norma hukum perlindungan konsumen. Di sisi lain, diharapkan akan menumbuhkan sikap bisnis yang bertanggung jawab atas suatu perbuatan yang dilakukan, serta meningkatkan harkat dan martabat konsumen.

Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen atas ketidaksesuaian barang yang diterima

Dalam suatu transaksi yang dilakukan secara online sering sekali menimbulkan kerugian pada konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha toko onlin tersebut, antara lain mengenai ketidaksesuaian barang yang ditawarkan dengan barang yang diterima dari segi jenis maupun kualitas barang. Mengenai hal itu muncul lah suatu akibat dari kecurangan

⁹ Fitriah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial," *Journal UNPAL* 18, no. 3 (2020): 371–382,

<https://jurnal.unpal.ac.id/index.php/solusi/article/view/305/264>.

yang dilakukan pelaku usaha toko online dalam meningkatkan efektivitas jualannya. Serta pelaku usaha memiliki tanggungan pertanggungjawaban yang harus dilakukannya. Pertanggungjawaban tersebut merupakan suatu mekanisme yang digunakan dalam suatu hubungan hukum kausal atau mempunyai sebab-akibat yang timbul dari terbentuknya peristiwa hukum yang memiliki hak dan kewajiban.

Terdapat istilah mengenai tanggung jawab yang dibedakan dengan pertanggungjawaban dimana tanggung jawab lebih ditekankan pada kewajiban menanggung segala sesuatunya, sedangkan pertanggungjawaban yaitu sesuatu yang harus dipertanggungjawabkan dari suatu perbuatan yang dilakukan.

Tanggung jawab hukum pada hukum perdata diwujudkan sebagai tanggungjawab atas perbuatan melawan hukum (*onrechtsmatigedaad*) serta tanggungjawab atas pelanggaran atas tidak menepati janji (*wanprestasi*). Bentuk *wanprestasi* dalam jual beli online yaitu melaksanakan sesuatu yang dijanjikan tetapi salah, melakukan sesuatu yang dijanjikan tapi terlambat dan tidak dilakukan. Tanggung jawab yang dimaksud bukan hanya berlaku untuk kerugian barang yang diperdagangkan, tetapi juga bertanggungjawab atas barang dan/atau jasa yang diiklankan.

Seperti halnya dalam melakukan transaksi melalui online, ketika konsumen memilih barang yang ingin dibeli melalui situs online, setelah itu kita bisa mengklik barang yang diinginkan misalnya baju merek A, serta memilih ukuran atau warna yang disukai, sebelum melanjutkan ke klik

pembayaran lebih baiknya menanyakan tersedia atau tidaknya baju yang ingin dibeli tersebut, setelah itu klik pembayaran untuk membuat pesanan. Dan hal tersebut terjadi suatu kesepakatan secara digital antara pelaku usaha dan pembeli, pelaku usaha yang berkewajiban mengirimkan barang yang sesuai dengan pesanan pembeli dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dari barang tersebut. Logika hukum ini menjadi dasar atau landasan untuk mengakui dan menerima asas *privity of contract*, yang mensyaratkan para pihak untuk memiliki hubungan hukum terlebih dahulu, tanpa adanya hubungan hukum artinya mereka tidak dapat memiliki hak atau menjadi pihak yang dapat dituntut kewajiban hukum.

Wanprestasi dalam Kamus Hukum yang berarti prestasi buruk (*cidera janji*, *kelalaian/alpa*, tidak menepati kewajibannya), artinya tidak memenuhi sesuatu sebagaimana yang ditetapkan dalam perjanjian.¹⁰ Timbulnya suatu *wanprestasi* dikarenakan adanya unsur kesengajaan atau lalai yang dilakukan debitur (*pelaku usaha itu sendiri*), keadaan memaksa (*overmacht*). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ganti rugi yaitu menanggung sesuatu yang dianggap munculnya rugi dalam pemberian ganti rugi atau menukar sesuatu. Pada dasarnya ganti kerugian, yakni kerugian yang timbul akibat ingkar janji (*wanprestasi*).

Penerapan ketentuan dalam hukum privat tersebut, terdapat perbedaan fundamental antara tuntutan ganti kerugian berdasarkan *wanprestasi* dengan tuntutan ganti kerugian berdasarkan terhadap perbuatan melawan hukum. Ganti kerugian

¹⁰ P. N. H. Simanjuntak, *Hukum Perdata Indonesia*, Cetakan Ke- 2 (Jakarta: Prenada Media Group, 2016).

yang di dasarkan terhadap wanprestasi antara pelaku usaha dan konsumen terlebih dulu terikat dalam perjanjian. Jika konsumen merasa dirugikan maka konsumen berhak menuntut kerugian tersebut berdasarkan dalih bahwa pelaku usaha melakukan wanprestasi.

Begitu juga dengan wanprestasi dalam hal jual beli online dimana tidak terpenuhinya prestasi dari penjual terhadap pembeli. Contohnya seperti penjual lalai terhadap barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan pembeli padahal pembeli sudah membayar sesuai yang tertera dengan orderan. Maka penjual dalam hal ini telah mengingkari janji, serta pembeli berhak menuntut hak ganti rugi yang tertera dalam UUPK terdapat dalam Pasal 4 serta yang terdapat dalam Pasal 1234 KUHPdata. Akibat dari kelalaian tersebut pihak penjual tidak dipercaya lagi oleh pembeli. Jenis prestasi dapat diadakan menurut Pasal 1234 BW yang menyebutkan, masing-masing perikatan memberikan, berbuat, ataupun tidak berbuat sesuatu. Lahirnya suatu perikatan karena perjanjian ataupun undang-undang. Kita dapat melakukan perjanjian dengan pihak lain, dalam perjanjian tersebut mengakibatkan adanya hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak. Namun terkadang ada pihak yang ingkar janji. Ingkar janji biasanya disebut wanprestasi yang letaknya pada peristiwa tidak terpenuhinya suatu kewajiban dalam perjanjian yang mengakibatkan kerugian salah satu pihak.

Selanjutnya mengenai kajian hukum perlindungan konsumen, dalam membuat suatu perjanjian terlebih dahulu konsumen harus melaksanakan hubungan perjanjian tersebut dengan pelaku usaha. Apabila

diketahui dari pelaku usaha tidak menepati janjinya yang telah dibuat dengan baik, maka pelaku.usaha bisa dikatakan pihak yang wanprestasi. Pelaku usaha yang diklasifikasikan sebagai pihak yang wanprestasi sehingga akan mengakibatkan kerugian yang dialami konsumen, maka dalam hukum.perdata wanprestasi merupakan bentuk suatu dalih untuk menuntut pelaku usaha dengan meminta ganti kerugian atas wanprestasi yang merupakan akibat tidak dilaksanakannya kewajiban utama atau tambahan yang berupa kewajiban atas prestasi atau kewajiban jaminan/garansi dalam perjanjian. Bentuk wanprestasi ini berupa:¹¹

1. Penjual tidak memenuhi prestasi sama sekali;
2. Penjual terlambat dalam memenuhi prestasi;
3. Penjual berprestasi tetapi tidak sebagaimana mestinya;
4. Penjual berprestasi tetapi melakukan yang dilarang dalam perjanjian.

Wanprestasi terjadi ketika melaksanakan suatu perjanjian pelaku usaha (debitur) tidak menepati janjinya yang mengakibatkan pelaku usaha bisa dituntut oleh pihak konsumen (kreditur), maka konsumen bisa menuntut haknya yang telah dirugikan dari sebagian kemungkinan:¹²

1. Pemenuhan perjanjian;
2. Pembatalan perjanjian;
3. Ganti rugi saja;
4. Pembatalan perjanjian beserta ganti kerugian; dan

¹¹ Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif Dan Ekonomi Syariah*.

¹² Ibid.

5. Pemenuhan perjanjian beserta ganti kerugian.

Pelaku usaha dapat menerapkan ketentuan ini agar dia memiliki hubungan dengan konsumen berupa pemberian janji atau jaminan. Hal tersebut adalah janji sepihak yang dilakukan pelaku usaha dimana ia menyebutkan kegunaan, manfaat, dan kenikmatan melalui deskripsi, sehingga dapat dimengerti bahwa pelaku usaha membuat janji sepihak dengan konsumen dan juga telah mengikatkan diri dengan memberikan janji kepada konsumen. Tetapi dalam perjanjian tersebut pelaku usaha harus menepati janjinya dikarenakan janji itulah yang membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu barang. Akibatnya jika tidak terpenuhinya janji yang dibuat oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab mengenai kerugian yang telah diderita konsumen.¹³

Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha, apabila pelaku usaha terbukti telah lalai mengenai barang yang diterima konsumen tidak sesuai maka dapat dilakukan antara lain:

1. Retur Barang (pengembalian barang)

Suatu barang ketika telah diterima oleh konsumen tetapi tidak sesuai dapat mengajukan pengembalian barang tersebut, maka selanjutnya akan diganti oleh barang baru yang sejenis dimana disertai bukti foto barang tersebut untuk berlanjutnya pemrosesan retur barang dan yang mana biaya retur barang tersebut ditanggung oleh pelaku usaha.

2. Refund Uang (pengembalian uang)

Konsumen mengembalikan barang tersebut kepada pelaku usaha, yang kemudian dikembalikan dalam mata uang yang setara dengan harga barang dan ditambah dengan kerugian biaya pengiriman yang sebelumnya ditanggung oleh konsumen.

Konsumen berhak mendapatkan perlindungan, advokasi serta upaya penyelesaian sengketa yang telah diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha bila barang/jasa tidak sesuai dengan perjanjian maka pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi, berupa penggantian kerugian akibat dari barang dan/atau jasa yang diterima atau yang dimanfaatkan tidak sesuai hal ini sesuai dengan UUPK Pasal 7 butir (g).

Pergantian kerugian secara langsung

Pelaksanaan negoisasi di *marketplace* ditempuh melalui perundingan dari pihak konsumen dan pelaku usaha. Pada umumnya suatu platform terdapat fitur pesan yang dapat dilakukan konsumen dalam melakukan kontak dengan pelaku usaha, setelah itu konsumen menguraikan peristiwa yang terjadi ketika barang yang dipesan ternyata cacat atau tidak sesuai dengan pesanan serta keterangan yang diberikan. Ketentuan dalam Pasal 45 ayat 2 UUPK bisa jadi konsumen bernegosiasi langsung dengan pelaku usaha yang pada akhirnya sengketa konsumen dapat di selesaikan hanya dengan cara damai antara kedua belah pihak. Pada ayat tersebut merujuk pada penyelesaian sengketa di luar

¹³ Ibid.

pengadilan yaitu menuntut ganti rugi secara damai yang dilakukan oleh konsumen terhadap pelaku usaha. Kompensasi ini seutuhnya dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengganti kerugian tersebut dan konsumen berhak untuk mendapatkan kembali haknya. Maka tidak adanya suatu penggantian kerugian kecuali karena dimohonkannya terlebih dulu.

Penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK

Dalam dunia bisnis, rata-rata pelaku usaha maupun konsumen lebih memilih penyelesaian di luar pengadilan karena prosesnya dapat berlangsung cepat, mudah dan efisien.¹⁴ Dalam UUPK mengenal mengenai suatu penyelesaian sengketa di luar pengadilan, dimana lembaga yang menangani penyelesaian sengketa tersebut merupakan “Badan Penyelesaian Sengketa.”

Pada saat menyelesaikan sengketa konsumen melalui lembaga BPSK, yang pertama adalah Prasadang tujuannya untuk menelusuri sejauh mana informasi tentang kekuatan para pihak. Hal ini juga karena penyelesaian sengketa melalui BPSK dilakukan secara tidak bertahap, yakni apabila konsumen dan pelaku usaha menentukan salah.satu cara di BPSK, sehingga mereka tidak boleh memilih cara lain dalam menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Tahapan Prasadang ini seringkali menentukan jalan keluar dari sengketa pelaku usaha dengan konsumen. Prasadang ini sebagai tahap awal untuk berkomunikasi secara efektif kepada para pihak, maka hendaklah para pihak yang bersengketa ini menggunakan sebaik-baiknya tahapan ini

agar penyelesaian sengketa bisa lebih efektif dan efisien. Pada tahap Prasadang ini juga majelis BPSK mengarahkan para pihak yang bersengketa untuk memilih metode penyelesaian sengketa.

Buku yang berjudul Hukum Perlindungan Konsumen (Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo) berpendapat, penyelesaian sengketa konsumen sebaiknya diusahakan penyelesaiannya secara bertahap dengan cara mediasi terlebih dahulu, jika tahapan ini gagal maka selanjutnya dengan cara konsiliasi, namun pada tahap ini masih terjadi kegagalan, maka dilanjutkan dengan melalui peradilan arbitrase.

Kesimpulan

Dimasa pandemi seperti ini maraknya belanja online meningkat tanpa bertemu penjual secara langsung hanya mengandalkan gadget dan internet. Masih banyak konsumen yang sering dirugikan oleh penjual ketika barang yang dikirim penjual tidak sesuai dengan yang diterima konsumen. Maka dalam hal ini suatu perlindungan yang telah diatur dalam UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 atau yang biasa disebut sebagai UUPK telah mengatur mengenai perlindungan hak-hak konsumen serta pemberian ganti rugi maupun penggantian barang atau jasa jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian, dimana konsumen ketika dirugikan oleh pelaku usaha berhak menuntut yang sekiranya sama halnya dengan penjelasan yang terdapat dalam UUPK (Pasal 4 dan Pasal 7) maupun KUHPerdara (Pasal 1338 dan Pasal 1474).

¹⁴ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

Hal ini berupaya untuk mengontrol tingkah laku penjual/pelaku usaha agar konsumen dapat terlindungi secara hukum.

Bentuk pertanggungjawaban yang harus diwujudkan sebagai tanggungjawab mengenai wanprestasi dalam hal jual beli online dimana tidak terpenuhinya prestasi dari penjual terhadap pembeli pada saat barang diterima konsumen tidaksesuai dengan janji yang terdapat dalam keterangan maupun deskripsi, sehingga pelaku usaha berkewajiban memberi ganti kerugian. Dengan ini konsumen dapat menuntut ganti rugi secara damai serta dapat menuntut melalui pengadilan (litigasi) maupun diluar pengadilan (non litigasi) tergantung para pihak yang bersengketa. Bentuk tuntutan terhadap kerugian yang diderita konsumen dapat berupa pengembalian uang ataupun penggantian barang.

Daftar Pustaka

- Aco, Ambo, and Andi Hutami Endang. "Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar." *INSYPRO (Information System and Processing)* 2, no. 1 (2017). <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/insypro/article/view/3246/3088>.
- Fitriah. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial." *Journal UNPAL* 18, no. 3 (2020): 371–382.
- <https://jurnal.unpal.ac.id/index.php/so-lusi/article/view/305/264>.
- Miru, Ahmadi. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Muthiah, Aulia. *Hukum Perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif Dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2006.
- P. N. H. Simanjuntak. *Hukum Perdata Indonesia, Cetakan Ke- 2*. Jakarta: Prenada Media Group, 2016.
- Pusat, Pemerintah. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta, 1999.
- <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>.
- Raditio, Resa. *Aspek Hukum Transaksi Elektronik: Perikatan, Pembuktian, Dan Penyelesaian Sengketa*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Srisadono, Wahyu. "Strategi Perusahaan E-Commerce Membangun Brand Community Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Penjualan." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 1, no. 1 (2018): 167–179. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/download/552/279>.