

**PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG
MENERIMA BARANG DI LUAR KESEPAKATAN JUAL BELI ONLINE
DITINJAU DARI UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN
(Studi Kasus Cyber Crime Polda Aceh)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

JAMALUDDIN

NIM. 140106010

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Ilmu Hukum

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
2020 M**

**PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG
MENERIMA BARANG DILUAR KESEPAKATAN JUAL BELI ONLINE
DITINJAU DARI UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN
(Studi Kasus Cyber Crime Polda Aceh)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1)
dalam Ilmu Hukum

Oleh:

JAMALUDDIN

NIM. 140106010

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Ilmu Hukum

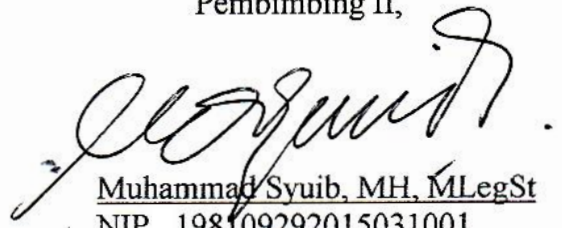
Disetujui untuk Diuji/Munaqasyahkan oleh:

Pembimbing I,



Dr. Khairani, M.Ag
NIP . 197312242000032001

Pembimbing II,



Muhammad Syuib, MH, MLegSt
NIP . 198109292015031001

**PERTANGGUNG JAWABAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG
MENERIMA BARANG DI LUAR KESEPAKATAN JUAL BELI
ONLINE DITINJAU DARI UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Cyber Crime Polda Aceh)**

SKRIPSI


Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN Ar-Raniry
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1)
dalam Ilmu Hukum

Pada Hari/Tanggal:

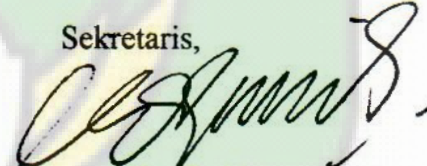
Jum'at 29 Januari 2021
13 Jumadil Akhir 1442H

di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi:

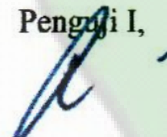
Ketua,


Dr. Khoirani, M. Ag
NIP. 197312242000032001

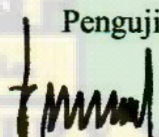
Sekretaris,


Muhammad Syahib, MH, MLegSt
NIP. 198109292015031001

Penguji I,

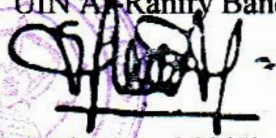

Dr. Ridwan, MCL
199005082019031016

Penguji II,


Dr. Jamhir, M. Ag
NIP. 19780421201411100

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Prof. Muhammad Siddiq, M.H., Ph.D
NIP. 197703032008011015

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jamaluddin
NIM : 140106010
Prodi : Ilmu Hukum
Fakultas : Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan;
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain;
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya;
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data;
5. Mengerjakan sendiri dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 Januari 2021
Yang Menyatakan,


Jamaluddin

ABSTRAK

Nama : Jamaluddin
NIM : 140106010
Fakultas/ Prodi : Syari'ah dan Hukum/ Ilmu Hukum
Judul Skripsi : Pertanggungjawaban Hukum Bagi Konsumen Yang Menerima Barang Diluar Kesepakatan Jual Beli Online Ditinjau Dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
Tanggal Sidang : 29 Januari 2021
Tebal Skripsi : 74 Lembar
Pembimbing I : Dr. Khairani, M.Ag
Pembimbing II : Muhammad Syuib, MH, MLegSt
Kata kunci : Jual Beli Online

Penyusun menganggap permasalahan jual beli online seperti penipuan, cacatnya barang, ketidaksesuaian spesifikasi barang dalam pemesanan yang diterima oleh konsumen membuat penyusun sangat tertarik untuk mengkaji lebih jauh seberapa pentingnya transaksi online dikarenakan dalam transaksi memang sangat dibutuhkan antara kesepakatan yang jelas walaupun dilakukan dengan secara online. seperti sekarang ini yang banyak terjadi di segala tingkatan sosial masyarakat dan penyusun berharap sama-sama kita memahami apa saja tindakan yang akan dilakukan semisal ketidakadilan dalam jual beli online. Banyak model dari pembayaran transaksi jual beli online, bisa dari transfer via ATM, Dompot Online, sistem *Cash On Delivery* dan rekening bersama. Terlepas dari model transaksi tersebut, hal yang paling penting adalah kepuasan dalam berbelanja mulai dari awal transaksi sampai akhirnya kita menerima barang. Saat dalam berbelanja online berkewajiban melihat identitas penjual, respon etika sopan lemah lembut dari penjual, ranking kualitas dan harga barang, serta keamanan dalam bertransaksi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran, dengan rahmat dan hidayat-Nya sehingga saya dapat menyusun skripsi ini, yang berjudul “Pertanggungjawaban Hukum Bagi Konsumen Yang Menerima Barang Diluar Kesepakatan Jual Beli Online Ditinjau Dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Studi Kasus (Cyber Crime Polda Aceh)” Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh. Shalawat serta salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para ulama yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Pada kesempatan ini ucapan banyak terimakasih dan doa yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya, (Almarhum) Ayah saya Ridwan dan ibu saya Syamsiah yang telah memberikan dukungan penuh dari semenjak kuliah hingga selesai. Pengorbanan dan dukungan orang tua tidak dapat dirangkaikan dengan kata, hanya Allah yang dapat membalas segala kebaikan, doa, semangat yang diberikan dan jerih payah mereka dalam membimbing saya sampai saat ini. Semoga Allah senantiasa merahmati, melindungi dan memberikan kemudahan kepada orang tua, serta ahli kerabat sanak keluarga besar. Kasih sayang dan perhatian mereka juga akan selalu dikenang dalam diri hati saya hingga akhir nanti.

Ucapan rasa syukur dan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

1. Ibu Dr. Khairani, M.Ag selaku Ketua Prodi dan Dosen Pembimbing I, yang telah banyak membantu saya dengan memberi arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan kesabaran yang begitu besar dari beliau.

2. Bapak Muhammad Syuib, MH, MLegSt selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak membantu saya dengan memberi arahan dalam menyusun tugas akhir ini dengan kesabaran yang begitu besar.
3. Bapak Muhammad Siddiq, M.H., PhD selaku Dekan Fakultas Syariah Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
4. Ibu Sitti Mawar, S.Ag., MH. Selaku Penasehat Akademik yang juga telah banyak memberikan dukungan, semangat, arahan, saran serta bimbingan akademik selama menempuh studi di Prodi.
5. Kepada Bapak Saidil bagian Sub Dit Reskrimsus Polda Aceh dan juga kepada Informan yang telah banyak memberikan masukan serta ilmu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kepada keluarga besar saya, bang malik dan bg nazir. wali saya, paman, yah cek, yah cut, cut mi, cut bi, abang-kakak-adek, bunda dan makda baik dari keluarga besar Ayah maupun Keluarga Besar Mamak melalui tulisan ini saya juga berharap semua keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.

Semoga Harapan saya skripsi ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan terlebih kepada Ilmu Hukum terkhususnya di Prodi saya sendiri. Dengan kerendahan hati, saya dari penulis menyadari banyak kekurangan dalam skripsi ini, untuk itu saya sebagai penulis mengharapkan segala kritikan dan saran yang bertujuan untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan hidayah dan karunianya kepada kita semua, Amin. Yarabbal alamin. Mohon maaf atas segala kekurangan.

Wabillahi Taufiq Walhidayah Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 20 Desember 2020
Penulis

Jamaluddin

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SIDANG	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
BAB SATU PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kajian Pustaka	8
E. Penjelasan Istilah	9
F. Metode Penelitian	10
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB DUA PENGERTIAN DAN SEJARAH PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI INDONESIA, JUAL BELI ONLINE DAN HAK-KEWAJIBAN KONSUMEN SERTA PELAKU USAHA	
A. Pengertian dan Sejarah Perlindungan Hukum Konsumen	15
B. Jual Beli Online dan Jenis Barang yang Diperjualbelikan	23
C. Konsumen Serta Hak dan Kewajibannya	32
D. Pelaku Usaha Serta Hak dan Kewajibannya	39
BAB TIGA ANALISIS HUKUM PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN	
A. Proses Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen	45
B. Undang-Undang yang Berwenang dalam menyelesaikan Kasus Perlindungan Konsumen	60
C. Solusi Penyelesaian Sengketa Konsumen secara Bertahap	62
BAB EMPAT PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72
DAFTAR LAMPIRAN	73

BAB SATU

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara yang berdaulat yang memiliki ekonomi, infrastruktur, teknologi yang sangat maju dan kesejahteraan telah menempuh pembangunannya melalui tiga tingkat: Unifikasi, Industrialisasi dan Negara kesejahteraan. Pada tingkat pertama yang menjadi masalah berat adalah bagaimana mencapai integritas politik untuk menciptakan persatuan dan kesatuan nasional. Tingkat kedua, perjuangan untuk pembangunan ekonomi dan modernisasi politik. Akhirnya pada tingkat ketiga tugas Negara yang terutama adalah melindungi rakyat dari sisi negative industrialisasi, membetulkan kesalahan-kesalahan pada tahap-tahap sebelumnya dengan menekankan kesejahteraan masyarakat.¹

Tingkat-tingkat tersebut dilalui secara berurutan (*consecutive*) dan memakan waktu yang relatif lama. Persatuan nasional adalah persyaratan untuk memasuki tahap industrialisasi. Industrialisasi merupakan jalan untuk mencapai Negara kesejahteraan. Revolusi di Inggris yang di mulai pada abad ke-18 kiranya dapat dianggap sebagai awal dari pada proses perubahan pola kehidupan masyarakat yang semula merupakan masyarakat agraris menjadi masyarakat industri. Berkembang dan semakin majunya teknologi kemudian mendorong pula peningkatan volume produksi barang dan jasa. Perkembangan ini juga mengubah hubungan antara penyedia produk dan pemakai produk yang semakin berjarak. Produk barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang semakin lama semakin canggih, sehingga timbul kesenjangan terhadap kebenaran informasi dan daya tangkap konsumen. Kondisi tersebut kemudian menempatkan konsumen ke dalam posisi yang lemah.

¹ Erman Rajagukguk, makalah “Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Era Perdagangan Bebas”. Dalam buku *Hukum Perlindungan Konsumen*, penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm. 1.

Globalisasi menyebabkan berkembangnya saling ketergantungan pelaku ekonomi dunia. Manufaktur, perdagangan, investasi melawati batas-batas Negara, meningkatkan intensitas persaingan. Gejala ini dipercepat oleh kemajuan komunikasi dan transportasi teknologi.² Globalisasi adalah gerakan perluasan pasar dan di semua pasar yang berdasarkan persaingan selalu ada yang menang dan yang kalah. Perdagangan bebas juga menambah kesenjangan antara negara maju dan negara pinggiran yang akan membawa akibat pada komposisi masyarakat dan kondisi kehidupan mereka. Tiadanya perlindungan konsumen adalah sebagian dari gejala negeri yang kalah dalam perdagangan bebas.³

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting. Mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai keduanya akhirnya baik langsung atau tidak langsung, 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 datang.

Saat ini sasaran setiap Negara, setiap perusahaan (setiap produsen) adalah sedang menuju pada pemasaran global. Orientasi pemasaran global pada dasarnya dapat mengubah berbagai konsep, cara pandang dan cara pendekatan mengenai banyak hal termasuk berbagai strategi pemasaran. Perubahan pemasaran tersebut membawa pengaruh pula pada konsep perlindungan konsumen secara global.

² Jaqnes Delors, "The Future of Free Trade in Europe and The World" Fordham International Law Journal Vol 18 (1995), hlm. 723 dalam makalah Erman Rajagukguk, hlm. 4.

³ *Ibid* hlm. 4.

Perlindungan konsumen dalam era pasar global menjadi sangat penting, karena pertama konsumen disamping mempunyai hak-hak yang bersifat universal juga mempunyai hak-hak yang bersifat sangat spesifik. Era perdagangan bebas merupakan suatu era ke mana pemasaran merupakan suatu disiplin universal. Konsep-konsep pemasaran dipandang dari strategi pemasaran global telah berubah dari waktu ke waktu, sebagaimana tahapan berikut : *Pertama*, konsep pemasaran pada awalnya adalah memfokuskan pada produk yang lebih baik yang berdasarkan pada standar dan nilai internal. *Kedua*, pada dekade 60-an fokus pemasaran di alihkan dari produk kepada pelanggan. *Ketiga*, sebagai konsep baru pemasaran, dengan pembaruan dari konsep pemasaran menjadi konsep strategi. Konsep strategi pemasaran pada dasarnya mengubah fokus pemasaran dari pelanggan atau produk kepada pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas.⁴

Konsumen yang keberadaannya sangat tidak terbatas dengan tingkatan yang sangat bervariasi menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang atau jasa dengan cara seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut. Perkembangan perekonomian, perdagangan dan perindustrian yang kian hari kian meningkat telah memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang bisa dikonsumsi. Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi yang memberikan ruang gerak yang sangat bebas dalam setiap transaksi perdagangan, sehingga barang atau jasa yang dipasarkan bisa dengan mudah dikonsumsi. Untuk itu semua cara pendekatan di upayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak, termasuk keadaan yang menjurus pada tindakan yang bersifat negatif bahkan tidak terpuji yang berawal dari iktikad buruk. Dampak buruk yang lazim terjadi, antara lain menyangkut

⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014, hlm, 7.

kualitas, atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan pemalsuan dan sebagainya.⁵

Pesatnya pembangunan dan perkembangan perekonomian nasional telah menghasilkan variasi produk barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan teknologi telekomunikasi dan informatika juga turut mendukung perluasan ruang gerak transaksi barang atau jasa hingga melintasi batas-batas wilayah suatu negara. Kondisi demikian pada satu pihak sangat bermanfaat bagi kepentingan konsumen karena kebutuhannya akan barang atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang atau jasa sesuai dengan kemauan dan kemampuannya.

Di lain pihak, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Konsumen dapat menjadi objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha melalui kiat iklan, promosi dan cara penjualan, serta penerapan perjanjian-perjanjian standar yang merugikan konsumen. Hal ini disebabkan karena kurangnya pendidikan konsumen, rendahnya akan hak-hak kewajibannya.⁶

Masalah perlindungan konsumen semakin gencar dibicarakan. Permasalahan ini tidak akan pernah habis dan akan selalu menjadi bahan perbincangan di masyarakat. Selama masih banyak konsumen yang dirugikan, masalahnya tidak akan pernah tuntas. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen perlu diperhatikan.

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era-globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak

⁵ Sri Redjeki Hartono, "*aspek-aspek hukum perlindungan konsumen*" dalam buku *Hukum Perlindungan konsumen*", hlm, 34.

⁶ Kompas, 18 Maret 2004, "*Perlindungan terhadap konsumen di Indonesia masih lemah karena dilakukan setengah hati*" kasus-kasus pelanggaran karena produsen yang menjual barang kadaluwarsa misalnya, di pengadilan dianggap sebagai tindak pidana ringan (tipiring) dan hanya di denda Rp 50.000.. Padahal, konsumen keracunan makanan kadaluwarsa bisa beresiko sakit bahkan sampai meninggal.

bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran barang secara langsung.

Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya.

Permasalahan yang dihadapi konsumen tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu yang menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik pengusaha, pemerintah maupun konsumen itu sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pengusaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, aman untuk digunakan atau dikonsumsi, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang sesuai. Pemerintah menyadari bahwa diperlukan Undang-Undang serta peraturan-peraturan di segala sektor yang berkaitan dengan berpindahnya barang dan jasa dari pengusaha ke konsumen. Pemerintah juga bertugas untuk mengawasi berjalannya peraturan serta Undang-Undang tersebut dengan baik.

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab. Yang perlu disadari oleh konsumen adalah mereka mempunyai hak yang dilindungi oleh Undang-Undang sehingga dapat melakukan sosial kontrol terhadap perbuatan dan perilaku pengusaha dan pemerintah.

Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi yang memberikan ruang gerak yang sangat bebas dalam setiap transaksi perdagangan, sehingga barang/jasa yang dipasarkan bisa dengan mudah dikonsumsi. Pada situasi ekonomi dan menuju

era perdagangan bebas, upaya mempertahankan pelanggan/konsumen atau mempertahankan pasar atau memperoleh kawasan pasar baru yang lebih luas, merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat makin ketatnya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang semakin ketat ini juga dapat memberikan dampak negatif terhadap konsumen pada umumnya.

Saat ini sasaran setiap negara adalah setiap perusahaan (setiap produsen) adalah menuju pemasaran global. Orientasi pemasaran global pada dasarnya dapat mengubah berbagai konsep, cara pandang dan cara pendekatan mengenai banyak hal termasuk strategi pemasaran. Perubahan pemasaran tersebut membawa pengaruh pula pada konsep perlindungan konsumen secara global.

Perhatian perundang-undangan di Indonesia terhadap konsumen pun semakin ditingkatkan dikarenakan perkembangan globalisasi yang terus berkembang sehingga nantinya perundang-undangan yang khusus mengatur tentang perlindungan konsumen di selaraskan dengan Undang-Undang yang ada hubungannya dengan media elektronik tempat pelaku usaha dan konsumen melakukan kerjasama jual beli. Maka dari itu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 memiliki ketentuan yang menyatakan bahwa ke semua Undang-Undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh Undang-Undang. Sebagai akibat melaksanakan perundang-undangan yang umum kita harus juga membatasi semua itu dengan asas hukum yang berlaku. Asas hukum membatasi disini dimaksudkan sebagai “menyeimbangkan kedudukan” diantara para pihak pelaku usaha atau konsumen bersangkutan.⁷

Penggunaan teknologi tinggi dalam mekanisme produksi barang/jasa akan menyebabkan makin banyaknya informasi yang harus dikuasai oleh masyarakat konsumen. Itulah sebabnya perlindungan konsumen memberikan

⁷ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), hlm., 30.

hak konsumen atas informasi yang benar, yang di dalamnya tercakup juga hak atas informasi dan proporsional dan diberikan secara tidak diskriminatif.

Mengulik dari wewenang Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang harus diberikan kepada masyarakat yang melakukan transaksi jual beli online mulai dari perkenalan produk atau jasa kepada konsumen sampai pelaku usaha. Pertama, bisa dilihat dari UUPK Pasal 9 ayat 1 yang dimulai dari berupa informasi dalam bentuk informasi tentang iklan yang mengatakan “Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengikhlaskan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah dan seterusnya.” Kedua, Pasal 15 UUPK juga secara tegas mengatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa dilarang dilakukan secara pemaksaan yang atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan fisik maupun psikis terhadap konsumen. Ketiga, Pasal 18 juga mengatakan bahwasanya antara pelaku usaha dan konsumen meletakkan hak-hak yang setara berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak.

Diantara semua contoh kasus yang menerpa konsumen baik itu bersifat kekecewaan atau pun merugikan pihak konsumen salah satunya adalah dalam hal pengiriman barang dari pelaku usaha kepada konsumen dengan menggunakan jasa angkutan barang yang mungkin sering terjadi kekeliruan yang dibuat secara langsung dengan sengaja ataupun tidak oleh pihak pelaku usaha maupun jasa angkutan yang mengirimnya. Maka dari semua inilah penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul.

“Pertanggungjawaban Hukum Bagi Konsumen Yang Menerima Barang Diluar Kesepakatan Jual Beli Online Ditinjau Dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”

(Studi kasus Cyber Crime Polda Aceh)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut yaitu:

1. Bagaimanakah sanksi untuk pelanggar yang dengan sengaja merugikan konsumen dan tidak mau memberikan garansi tertentu untuk barang tersebut ?
2. Bagaimana mekanisme penyelesaian perkara yang harus ditempuh oleh konsumen untuk menuntut hak perdata atau pidana kajian di Polda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian mempunyai tujuan tertentu, berdasarkan latar belakang permasalahannya, penulis akan mengurai tujuan penelitian, diantaranya :

1. Untuk mengetahui hak konsumen yang harus diterima atas barang yang di terima diluar kesepakatan.
2. Sanksi yang harus diberikan kepada pelaku usaha sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

D. Kajian Pustaka

Sepanjang penelitian yang dilakukan penulis, ada beberapa karya ilmiah atau tulisan yang membahas tentang kasus-kasus perlindungan konsumen. Namun sejauh ini penulis belum menemukan ada satupun kajian yang membahas secara khusus tentang “Pertanggungjawaban hukum bagi konsumen yang menerima barang diluar kesepakatan jual beli online ditinjau dari UU No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen”. *Pertama*, peneliti berniat memberikan pandangan ke pembaca bagaimana mekanisme cara menyelesaikan suatu perkara dalam kasus perlindungan konsumen. *Kedua*, penulis lebih tertarik mengkaji dari contoh kasus yang pernah terjadi di dalam kawasan penelitian penulis dikarenakan penulis sendiri tidak mendapatkan banyak contoh penyelesaian sampai akhir kasus perlindungan konsumen. Di antara tulisan yang secara tidak langsung berkaitan dengan judul penulisan ini yaitu sebuah karya ilmiah berupa artikel yang di karang oleh lhs artikel dalam tulisanya yang berjudul *quo vadis perlindungan konsumen*, menyebutkan bahwa di dalam kehidupan masyarakat sangat banyak hak-hak konsumen sadar atau tidak sadar

sering terabaikan atau dilanggar oleh para pelaku usaha, apakah itu terjadi disektor perbankan/di lembaga pembiayaan, jasa telekomunikasi dan transportasi,di SPBU/Pom Bensin, maupun dalam penawaran produk barang dan jasa pada umumnya melalui praktek-praktek iklan yang menyesatkan dan oleh karena itu perlu adanya aturan hukum pasti yang mengkaji tentang pelanggaran yang terjadi di dalam sistem jual beli ini.⁸ Sesuai dengan cita-cita pembangunan di negri kita yaitu pembangunan manusia yang seutuhnya.

E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman pembaca dalam mengartikan dan menafsirkan beberapa istilah yang terdapat pada judul diatas, maka penulis perlu menjelaskan terlebih dahulu beberapa istilah yang terdapat dalam judul :

“Pertanggungjawaban Hukum Bagi Konsumen Yang Menerima Barang Diluar Kesepakatan Jual Beli Online Ditinjau Dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”

Adapun beberapa istilah yang akan di jelaskan tersebut adalah:

1. Pertanggungjawaban hukum

Merupakan suatu analisis yang akan menggambarkan sedikit rupa wajah bantuan hukum yang akan diberikan oleh badan hukum untuk konsumen yang merasa dirugikan atas perihal perbuatan dari para pihak baik itu dari pihak produsen atau pihak pengirim barang. Pasal 1365 KUHP “setiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian tersebut”.

2. Konsumen

Konsumen adalah dalam pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 “setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam

⁸ <https://artikel.kantorhukum-lhs.com/quo-vadis-perlindungan-konsumen-indonesia/>

masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

3. Barang

Barang dalam pembahasan ini menggunakan makna kata “barang bergerak”

4. Diluar kesepakatan

Adalah perbuatan menyimpang yang dilakukan atas berbedanya kesepakatan awal. Sifatnya menimbulkan kerugian bagi konsumen baik itu permana maupun tidak.

5. Jual beli online

Adalah transaksi jual beli yang dilakukan lewat jalur elektronik atau sosial media yang pemasaran dan pembeliannya melalui perangkat internet.

F. Metode Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah atau skripsi ini selalu membutuhkan data yang lengkap dan objektif serta mempunyai metode dan teknik tertentu sesuai dengan permasalahan yang hendak dibahas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu menelaah dan membaca buku-buku yang berkaitan dengan topic permasalahan yang merupakan data sekunder yang dapat dijadikan sebagai sumber rujukan. Kedua, metode penelitian lapangan (*field research*), yaitu mengadakan penelitian di Polda Aceh bagian cyber crime untuk mengambil sampel penelitian sebagai data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber. Kualitatif dan bersifat deskriptif terhadap data primer dan data sekunder. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang mengacu kepada norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan.

Demikian juga pelaksanaan norma-norma hidup yang berkembang didalam masyarakat. Penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam

pengembangan ilmu pengetahuan maupun teknologi. Hal ini disebabkan, oleh karena penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten. Melalui proses penelitian tersebut diadakan analisa dan konstruksi terhadap data yang telah terkumpulkan dan diolah⁹. Penelitian hukum pada dasarnya merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya, kecuali itu, maka juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul tersebut.¹⁰

1. Jenis metode penelitian.

Jenis penelitian dalam penulisan karya ilmiah ini menggunakan metode *field research* atau penelitian hukum empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam arti nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat. Dikarenakan dalam penelitian ini meneliti orang dalam hubungan hidup di masyarakat maka metode penelitian hukum empiris dan dapat di katakan bahwa penelitian hukum yang di ambil dari fakta-fakta yang ada di dalam masyarakat dan badan hukum¹¹.

Pada umumnya penelitian hukum mempunyai tipe yuridis normatif dan yuridis empiris. Pendekatan yuridis normatif tersebut mengacu kepada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan serta norma hukum yang ada dalam masyarakat. Sedangkan pendekatan yuridis empiris atau sosiologis hukum adalah pendekatan yang digunakan untuk melihat aspek-aspek hukum dalam interaksi sosial di dalam masyarakat dan berfungsi sebagai

⁹ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hal. 1.

¹⁰ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013, hal. 38.

¹¹ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta. Sinar Grafika, 2014), hlm.105-107.

penunjang untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi temuan bahan non-hukum bagi keperluan penelitian atau penulisan hukum.

2. Sumber data

Dalam mengumpulkan data yang berhubungan dengan objek kajian, peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi, maupun laporan dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian.

Dan data sekunder tersebut dapat di bagi menjadi:

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat terdiri dari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan objek penelitian.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang bersumber dari buku-buku dan tulisan-tulisan ilmiah hukum yang terkait dengan objek penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dapat di tempuh dalam penelitian adalah penelitian lapangan yang di lakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik berupa lembaga masyarakat atau lembaga pemerintahan, menggunakan alat sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku serta usaha untuk mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan secara tertulis, untuk di jawab tertulis pula oleh responden.

b. Wawancara

Wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk di jawab lisan pula oleh responden. Wawancara dapat dilakukan dengan wawancara yang terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan bila pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Sedangkan wawancara yang tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun.

c. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan proses pengamatan langsung di lapangan serta pencatatan secara sistematis yang terdiri dari unsur-unsur yang muncul dalam suatu gejala-gejala yang ada dalam objek penelitian.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan atau mengadakan pencatatan langsung melalui dokumen-dokumen, arsip, laporan catatan harian dan sebagainya.

G. Sistematika Pembahasan

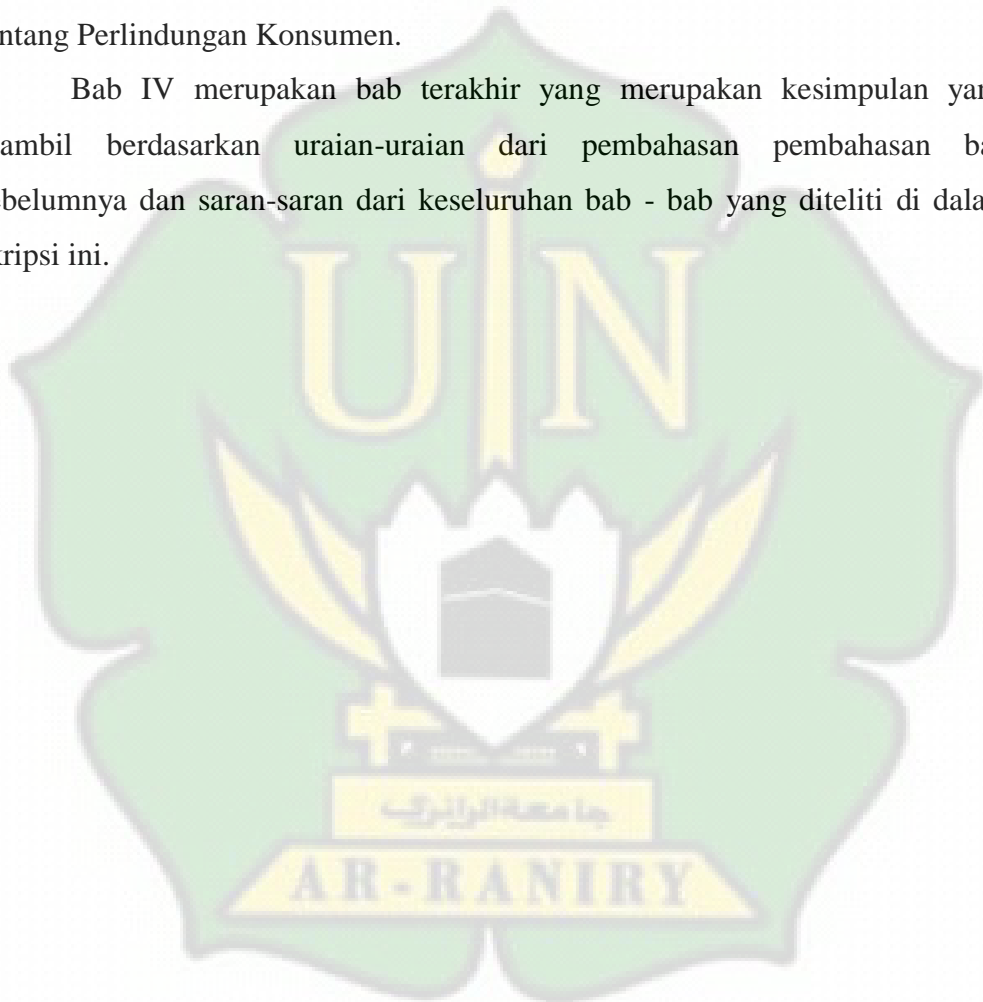
Untuk memudahkan penyusunan dan tercapainya tujuan yang akan di bahas dalam skripsi ini, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari beberapa sub bab, yaitu latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan bab pembahasan yang terdiri dari beberapa sub bab, yaitu mengenai tinjauan umum tentang perlindungan konsumen, teori tentang pengertian dan sejarah perlindungan konsumen dan produsen, teori jual beli online serta jenisnya dan teori tentang hubungan konsumen dan produsen.

Bab III merupakan bab jawaban dari permasalahan yang terdiri dari beberapa sub bab, yaitu untuk mengetahui proses pemberian sanksi Perdata atau pidana kepada produsen atau pelaku usaha yang telah terbukti melakukan kecurangan dengan tidak menyelenggarakan jual beli sesuai dengan kesepakatan. Sesuai dengan pedoman Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab IV merupakan bab terakhir yang merupakan kesimpulan yang diambil berdasarkan uraian-uraian dari pembahasan pembahasan bab sebelumnya dan saran-saran dari keseluruhan bab - bab yang diteliti di dalam skripsi ini.



BAB DUA

PENGERTIAN DAN SEJARAH PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI INDONESIA, JUAL BELI ONLINE DAN HAK-KEWAJIBAN KONSUMEN SERTA PELAKU USAHA

A. Pengertian dan Sejarah Perlindungan Hukum Konsumen

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 1970-an, yakni dengan berdirinya lembaga swadaya masyarakat (*non-governmental organization*) yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 1973. Setelah YLKI, kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada 1990 bergabung sebagai anggota *Consumers International* (CI). Di luar itu, dewasa ini sangat banyak lembaga swadaya masyarakat serupa berorientasi pada pelayanan konsumen, seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI di berbagai provinsi di Tanah Air.¹

Ditinjau dari kemajuan peraturan perundang-undangan di Indonesia bidang perlindungan konsumen, sampai saat ini dapat dikatakan masih sangat minim, baik dilihat dari kuantitas peraturannya maupun kedalaman materi yang dicakup. Dari inventarisasi sampai tahun 1991, pengaturan yang memuat unsur perlindungan konsumen tersebar pada delapan bidang, yaitu (1) Obat-Obatan dan bahan Berbahaya, (2) makanan dan minuman, (3) alat-alat elektronik, (4) kendaraan bermotor, (5) *Metrology* dan tera, (6) Industri, (7) Pengawasan mutu barang, dan (8) lingkungan hidup.² Jenis peraturan perundang-undangan nya pun sudah bervariasi, mulai dari ordonansi dan Undang-Undang, peraturan pemerintah atau yang sederajat, instruksi presiden, keputusan menteri,

¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm. 40-43.

² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014, hlm, 17.

keputusan bersama dari beberapa menteri, peraturan menteri, keputusan dirjen, instruksi dirjen, keputusan Ketua Badan Pelaksana Bursa Komoditi, dan keputusan Gubernur (Gubernur KDH DKI Jakarta).

Selama ini upaya hukum individual dari konsumen untuk menggugat produsen baik swasta maupun pemerintah, tidak banyak membuahkan hasil. Sementara itu, gugatan massal yang mewakili masyarakat luas, masih belum dikenal dengan baik oleh para penegak hukum di Indonesia. Untuk mewakili gugatan-gugatan masyarakat, YLKI dapat menggunakan lembaga hukum gugatan kelompok (*class action*). Namun, walaupun ada preseden yang mengakui eksistensi gugatan kelompok tersebut, banyak hakim yang masih ragu-ragu untuk menerimanya.

Pengertian perlindungan hukum konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.³ Kepastian hukum itu meliputi segala upaya untuk memperdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang/jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.⁴ Di Indonesia pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak terlepas dari iklim politik yang semakin demokratis. Memasuki era reformasi tuntutan hidup terhadap kehidupan yang lebih demokratis mulai diperjuangkan dan bersamaan dengan itu upaya untuk mewujudkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen semakin menguat.

Disamping aspek iklim politik, aspek kepentingan sosial juga ikut berpengaruh dalam pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Banyaknya permasalahan yang harus dihadapi oleh konsumen, pengusaha dan pemerintah sering mengabaikan hak-hak konsumen, baik dalam memberikan pelayanan pada masyarakat (*public servis*) maupun dalam penjualan produk.

³ Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁴ Az. Nasution, "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen", Jurnal Teropong, Mei, 2003, Masyarakat Pemantau Peradilan Indonesia, hlm. 6-7.

Beban konsumen bertambah berat di masa krisis ekonomi ini, dengan harga-harga yang tinggi, walaupun kualitasnya masih dipertanyakan, adanya penipuan ukuran, berat kg, penggantian kadaluarsa, pemalsuan, serta beredarnya produk-produk luar negeri ilegal di pasaran.

Sebelum berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya sedikit pengertian konsumen dalam bentuk hukum positif di Indonesia. Dalam ketetapan MPR NO. II/MPR/1993 kata konsumen disebut dalam rangka membicarakan tentang sasaran bidang perdagangan, tanpa disertai penjelasan tentang pengertian konsumen. Istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah “pembeli”. Istilah ini dapat dijumpai dalam kitab Undang-Undang hukum perdata. Pengertian konsumen jelas lebih luas daripada pembeli. Luasnya pengertian konsumen digambarkan secara sederhana oleh mantan presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy dengan mengatakan, “*Consumers by definition include us all*”.⁵

Jika kita melihat dari pakar ahli hukum di Belanda sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produk terakhir dari benda dan jasa.⁶ Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai terakhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.

Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “konsumen” yang mengaburkan dari maksud yang sesungguhnya, pengertian konsumen dapat terdiri dari tiga pengertian, yaitu :

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.

⁵ Mariam Darus Badruzaman, “*Perlindungan Terhadap Konsumen dilihat dari sudut perjanjian baku (standar)*” dalam BPHN Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, Penerbit: Bina Cipta, Bandung, tahun 1986, hlm. 67

⁶ E. H. Hondius, “*Konsumentenrecht*”, 1976 dalam shidarta, Op. cit., hlm. 2.

2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan. Pada sifat pengguna barang atau jasa tersebut, konsumen antara ini sesungguhnya adalah pengusaha, baik pengusaha perorangan maupun pengusaha yang berbentuk badan hukum atau tidak, baik pengusaha swasta maupun pengusaha publik (perusahaan milik negara) dan dapat terdiri dari penyedia dana (*investor*), membuat produk akhir yang digunakan oleh konsumen akhir atau produsen atau penyedia atau penjual produk akhir seperti supplier, distributor atau pedagang.
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Di Australia, konsumen dirumuskan sebagai seseorang yang mendapatkan barang atau jasa tertentu dengan harga maksimal aust \$15.000.-, atau kalau harganya lebih murah lebih jumlah tersebut umumnya digunakan untuk keperluan pribadi, keluarga atau rumah tangga. Jumlah maksimal ini diusulkan untuk di amandemenkan menjadi Aust \$40.000.-⁷

Konsumen menurut Pasal 1 Butir 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Pasal 1 butir 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (*kepmenperindag*) nomor 350/mpp/ kep/12/2001 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”.⁸

Ternyata pengertian konsumen dalam UUPK konsumen secara individu juga meliputi pemakaian barang atau kepentingan makhluk hidup lain, seperti binatang peliharaan, tetapi tidak diperluas pada individu pihak ketiga yang

⁷ Deborah Healey: “*Guidebook to Australian Trade Practices Law*”. Dalam Trade Practice Act. 1974 Consumers (sec. 4B) hlm. 903

⁸ pasal 1 ayat 2 UUPK

dirugikan atau menjadi korban akibat penggunaan atau pemanfaatan suatu produk barang atau jasa.

Perlu dikemukakan dalam mengatasi masalah ini adalah syarat "untuk tidak diperdagangkan" yang menunjukkan sebagai "konsumen akhir" dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara.

Di India pengertian konsumen memberikan batasan kepada konsumen :

"Setiap pembeli barang atau jasa yang disepakati, termasuk harga dan syarat-syarat pembayarannya, atau setiap pengguna selain pembeli itu dan tidak untuk dijual kembali atau lain-lain keperluan komersial".⁹

Di Spanyol pengertian konsumen didefinisikan tidak hanya individu (orang) tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Yang menarik konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual beli, sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli.¹⁰ Di Amerika Serikat pengertian departemen meliputi korban produk yang cacat yang bukan hanya meliputi pembeli, tetapi juga korban yang bukan pembeli tetapi memakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan memakai.

Di Eropa, pengertian konsumen bersumber dari *product liability directive* pedoman bagi negara dalam menyusun ketentuan hukum perlindungan konsumen. Berdasarkan *directive* yang berhak menuntut ganti kerugian adalah pihak yang menderita kerugian (karena kematian atau cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri.¹¹

Dalam upaya penyelesaian kasus-kasus konsumen tersebut di atas, sering kali YLKI harus berhadapan dengan tidak adanya peraturan atau tidak diawasinya pelaksanaan suatu peraturan sehingga pengusaha dapat bersikap "masa bodoh".

⁹ The Consumer Protection Act of India No. 68 of 1986 Pasal 2d (i) dan (ii).

¹⁰ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta:Rajawali pers, 2004), hlm. 5.

¹¹ Ahmad Miru & Sutarman Yodo, Op, cit., hlm.7

Permasalahan yang dihadapi oleh kebanyakan orang Indonesia. Sama halnya dengan negara berkembang lainnya, tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh dari kompleks dari itu yaitu menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik itu pengusaha, pemerintah maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen.

Oleh karena itu penting sekali untuk pemberdayaan konsumen melalui Undang-Undang yang dapat melindungi konsumen serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat sangat dibutuhkan, disamping kemudahan dalam proses penyelesaian dalam sengketa konsumen yang timbul karena kerugian harta bendanya, kesehatan tubuh atau kehilangan jiwa, dalam pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan produk oleh konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini sengaja dibentuk dengan beberapa pertimbangan, antara lain karena ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai, sehingga perlu adanya perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha demi terciptanya perekonomian yang sehat.

Selain itu, di era globalisasi, pembangunan dan perekonomian nasional harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang/jasa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak.¹²

Di Indonesia telah banyak diselenggarakan studi, baik yang bersifat akademis, maupun untuk tujuan mempersiapkan dasar-dasar penerbitan suatu Undang-Undang tentang perlindungan konsumen. Dalam naskah akademik dan/atau berbagai naskah pembahasan rancangan peraturan perundang-undangan, cukup banyak dibahas dan dibicarakan tentang berbagai istilah yang termasuk dalam lingkup perlindungan konsumen. Dari naskah-naskah akademik itu yang patut mendapat perhatian, antara lain:

¹² Gunawan widjaja dan ahmad yani, "*Hukum tentang perlindungan konsumen*" Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta tahun 2003 hlm. 98.

- a. Badan Pembinaan Hukum Nasional-Departemen Kehakiman (BPHN), menyusun batasan tentang konsumen akhir, yaitu pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain, dan tidak untuk diperjualbelikan.
- b. Batasan konsumen dari yayasan lembaga konsumen Indonesia :
Pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri, keluarga atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali.
- c. Sedang dalam naskah akademis yang dipersiapkan Fakultas Hukum Universitas Indonesia (FH-UI) bekerja sama dengan Departemen Perdagangan RI, berbunyi :
"Konsumen adalah naskah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan."

Unsur-unsur definisi konsumen :¹³

- a. Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang atau jasa. Istilah "orang" sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*) hal ini berbeda dengan pekerjaan diberikan untuk "pelaku usaha" dalam pasal 1 angka (3), yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian *persoon* di atas, dengan menyebut kata-kata: "orang perseorangan atau badan usaha". Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas kepada orang-perseorangan. Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

- b. Pemakai

¹³ Shidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Grasindo 2000), hlm. 4-9

Sesuai dengan bunyi penjelasan pasal 1 angka (2) kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*) istilah "pemakai" dalam hal ini tepat digunakan dalam perumusan ketentuan tersebut sekaligus menunjukkan barang atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang atau jasa. Dengan kata lain dasar hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual.

Mengartikan konsumen secara sempit, seperti hanya sebagai orang yang mempunyai hubungan kontraktual pribadi dengan produsen atau penjual adalah cara definisi konsumen paling sederhana.

c. Barang atau jasa

Berkaitan dengan istilah barang atau jasa sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda baik berwujud atau tidak, baik bergerak atau tidak, baik dapat dihabiskan maupun tidak, baik yang diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak ada dijelaskan kata dipakai, digunakan atau dimanfaatkan.

d. Kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya.

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya. Unsur yang diletakkan dalam definisi ini mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan dari sisi teori kepentingan, setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingan.

e. Barang atau jasa untuk tidak diperdagangkan

Seperti kita ketahui dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pengertian konsumen ialah hanya konsumen akhir. Pernyataan dari Undang-Undang juga biasa dipakai di dalam peraturan bendungan konsumen di negara

lain. Secara teoritis hal demikian rasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen. Walaupun hanya kenyataannya, sulit untuk menetapkan batas-batas seperti itu.

B. Pengertian Jual Beli Online dan Jenis Barang Yang Diperjualbelikan

1. Jual Beli Online

Transaksi jual beli di dunia maya salah satu produk internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Dalam satu jaringan tersebut terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik. Semua ini merupakan satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik.¹⁴

Menurut Edhie Baskoro Yudhoyono yang umum di kenal sebagai *e-commerce*, eCommerce, atau e-comm, mengacu pada pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya.

Pengertian lainnya, *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan permasalahan barang serta jasa melalui sistem elektronik. *E-commerce* meliputi transfer dana secara elektronik, pertukaran dan pengumpulan data. Semua diatur dalam manajemen inventori otomatis.¹⁵

Secara umum perdagangan menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu. *E-commerce* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa,

¹⁴ Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-Commerce* (Jakarta: Alex Media computendo, 2000). hlm. 13.

¹⁵ Jony Wong. *Internet Marketing for the Beginer*. (Jakarta, Kompas Gramedia, 2010). hlm.23.

apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Dari perkembangan bentuk transaksi jual beli dan pemasaran itulah kemudian sekarang kita mengenal istilah online shop. Pengertian online shop adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet.

Bentuk baru kegiatan jual beli ini tentu mempunyai banyak nilai positif, di antaranya kemudahan dalam melakukan transaksi (karena penjual dan pembeli tidak perlu repot bertemu untuk melakukan transaksi). Online shop biasanya menawarkan barangnya dengan menyebutkan spesifikasi barang, harga, dan gambar. Pembeli memilih dan kemudian memesan barang yang biasanya akan dikirim setelah pembeli mentransfer uang.¹⁶

Banyak keunggulan bisnis online dibandingkan dengan bisnis konvensional.

a. Bisnis Tradisional atau Konvensional

1. Membeli atau membangun toko menghabiskan modal sebesar Rp 15 juta sampai Rp 300 juta.
2. Sewa memerlukan dana Rp 500 ribu sampai 2 juta per bulan.
3. Inventaris peralatan toko membutuhkan biaya Rp 5 juta sampai dengan Rp 20 juta.
4. Staf karyawan minimal 2 orang minimal gaji Rp 1,2 juta per orang per bulan.

b. Bisnis Internet

1. Situs web sebagai toko online memerlukan dana hanya Rp 1 juta.
2. Hosting, sewa dengan situs web hanya Rp 15 ribu per bulan.
3. Digital product, dijual secara digital jadi tidak membutuhkan pembelian inventaris toko.

¹⁶ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, (Malang Ip. Universitas Muhamadiyah, 2009), hlm, 2.

4. Software sebagai ganti staf toko. Software ini memudahkan mengelola situs web (toko online) sendiri. Biayanya sangat murah hanya Rp 15 ribu per bulan.¹⁷

Dalam transaksi Jual beli juga memiliki beberapa etika, diantaranya sebagai berikut :

1. Tidak boleh berlebihan dalam mengambil keuntungan. Penipuan dalam jual beli yang berlebihan di dunia dilarang dalam semua agama karena hal seperti itu termasuk penipuan yang diharamkan dalam semua agama.
2. Berinteraksi yang jujur, yaitu dengan menggambarkan barang dagangan dengan sebetulnya tanpa ada unsur kebohongan ketika menjelaskan macam, jenis, sumber, dan biayanya.
3. Bersikap toleran dalam bertransaksi, yaitu penjual bersikap mudah dalam menentukan harga dengan cara mengurangnya, begitu juga pembeli tidak terlalu keras dalam menentukan syarat-syarat penjualan dan memberikan harga lebih.
4. Mencatat utang dan mempersaksikannya. Dianjurkan untuk mencatat transaksi dan jumlah utang, begitu juga mempersaksikan jual beli yang akan dibayar dan catatan utang.

2. Data Riset Jual Beli Online

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. Dan dari hasil riset APJII dan Puskakom UI, sebagian besar pengguna internet itu atau sebanyak 31,5% penggunaan internet di sector pekerjaan perdagangan dan 26,1% pada pekerjaan jasa yang mendominasi menggunakan media online.

¹⁷ Jony Wong. *Internet Marketing for the Beginer*. (Jakarta, Kompas Gramedia, 2010). Hlm, 23.

Hasil riset di atas, menunjukkan bahwa pekerjaan di bidang perdagangan dan jasa paling efektif dilakukan di media online ini. Hal itu senada dengan pendapat Bone dan Kurtz. Menurut Bone dan Kurtz, selain membantu perusahaan menjangkau konsumen internasional, internet menawarkan cara yang murah untuk memasarkan produk kepada konsumen. Ada beberapa alasan logis yang membuat seseorang maupun perusahaan atau lembaga melakukan bisnis atau perniagaan lewat jalur online.

Menurut Ferdianto alasan berbisnis lewat internet antara lain:

1. Peningkatan pemakai dan pelanggan internet yang signifikan.
2. Bisnis berbasis internet tidak dibatasi oleh ruang dan wilayah.
3. Modal yang diperlukan kecil.
4. Bisnis berbasis internet biasa berlangsung 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu
5. Bisnis internet bisa berjalan secara otomatis
6. Tidak membutuhkan ruang kantor, tetapi jika memerlukan, kantor pun tidak harus luas.
7. Anda bisa menjadi bos bagi diri sendiri.
8. Bisnis internet tidak dipengaruhi oleh cuaca, kemacetan lalu lintas dan hambatan lainnya.

Dari beberapa pendapat di atas mengenai pentingnya melakukan perdagangan maupun jual beli secara online, maka sudah dapat disimpulkan bahwa melakukan upaya jual beli secara online merupakan suatu keniscayaan guna mendapatkan kemudahan maupun keuntungan di dalam berusaha. Namun tentu saja penggunaan sistem online di dalam melakukan jual beli harus dilakukan secara efektif, mengingat banyak sekali perangkat atau sistem online yang dapat digunakan dalam melakukan aktivitas jual beli online.

Efektifitas penggunaan sistem online di dalam melakukan upaya jual beli tentu harus dilakukan pencermatan mengenai beberapa sistem yang ada di dalam sistem media online itu sendiri. Namun menurut hasil penelitian Juju dan

Sulianta, menyebutkan dari seratus orang peserta yang dimintai pendapatnya, 3/5 nya menyatakan bahwa mereka memilih brand berdasarkan pengalaman yang dikemukakan customer lain di jejaring sosial dan hanya 8% saja yang menyatakan ketidaksetujuannya, bukankah ini potensi bahwa jejaring sosial mampu mempengaruhi pilihan customer?

Selain hasil penelitian di atas, terdapat pula hasil penelitian yang menguatkan hal tersebut yakni dari hasil riset APJII dan Puskakom UI yang menyebutkan bahwa terdapat 87,4% pengguna internet melakukan akses pada situs jejaring sosial. Dan dua hasil penelitian itu, terlihat jelas bahwa situs jejaring sosial merupakan suatu wahana efektif di dalam melakukan jual beli secara online.

Transaksi pada toko online tersebut menggunakan form atau aplikasi yang dibuat sedemikian rupa pada situs belanja online tersebut. Secara garis besar situs belanja online memiliki fitur sebagai berikut :¹⁸

- a. Kategori produk
- b. Item kategori
- c. Fungsi Add to cart dan check out
- d. Fungsi registrasi
- e. Fungsi approval pembelian dan lain sebagainya.

Berbicara tentang situs jual beli online yang familiar di Indonesia, berikut ini beberapa situs belanja online yang sangat sering dikunjungi di Indonesia:¹⁹

- a. Lazada

Lazada Indonesia merupakan bagian dari Lazada Group yang menjadi tujuan belanja online atau B2C (*Business to Customer*) nomor satu di Asia Tenggara. Lazada Group beroperasi di Indonesia, Malaysia,

¹⁸Sarwandy, *Toko Online Modern Dengan Opencart*, PT Elexmedia Komputindo, Jakarta 2010, Hlm 54

¹⁹<http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/7465/6.%20BAB%20II.pdf?sce=6&isAllowed=y> diakses 28 april 2018

Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Menjadi pionir di bidang *e-commerce*, Lazada menghadirkan layanan berbelanja yang mudah bagi konsumen dan akses langsung pada database konsumen terbesar di Asia Tenggara. Lazada berawal dari bulan Januari 2012 dimana Rocket Internet, sebuah perusahaan investasi atau inkubator startup asal Jerman yang berpusat di Berlin mendirikan sebuah kantor di ibukota Indonesia, Jakarta.

b. Bukalapak.com

Bukalapak.com dimiliki dan dikelola oleh PT. Seperti situs jual beli online lainnya yang berbasis C2C, Bukalapak.com menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimanapun dan siapapun dapat membuka toko online untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia. Pada awal berdirinya pada tahun 2010, situs Bukalapak.com hanya menjadi sarana bertemunya calon pembeli dengan penjual dan produk - produk yang ditawarkan lebih dikhususkan kepada produk second (barang bekas/barang yang telah terpakai). Seiring dengan perkembangannya, Bukalapak.com mulai melakukan berbagai inovasi. Sejak awal berdirinya sampai saat ini Bukalapak.com telah menyedot sekitar 260 ribu pengunjung per harinya dan melayani transaksi dengan nilai total 500 juta rupiah tiap harinya. Namun dengan strategi bisnis dan inovasi yang dilakukan, Bukalapak.com baru mampu menduduki peringkat 3 diantara situs lainnya yang disebutkan di atas dan pada peringkat 22 dari seluruh situs yang ada di Indonesia. Bukalapak.com memiliki visi “Menjadi Online Marketplace Nomor satu di Indonesia”. Misi yang akan dicapai oleh Bukalapak.com ialah “ Memberdayakan UKM yang ada di Seluruh Penjuru Indonesia”.

c. Tokopedia.com

Tokopedia.com didirikan pada 17 Agustus 2009 dengan visi “Membangun Indonesia lebih Baik Melalui Internet, Tokopedia.com

tumbuh Sangat Pesat dan Menjadi Marketplace Terbesar di Indonesia”. Sejak berdiri, tokopedia.com pernah meraih penghargaan Bubu Awards pada tahun 2009 dimana tokopedia.com dinobatkan sebagai perusahaan *ecommerce* terbaik. Selain itu tokopedia.com telah berhasil mendapatkan investasi dari PT Indonusa Dwitama (2009), East Ventures(2010), Cyber Agent Ventures (2011), BEENOS (2012), SB Pan Asia Fund (2013), dan SoftBank Internet and Media, Inc.(“SIMI”) dan Sequoia Capital (2014).

d. Elevenia.co.id

Elevenia.co.id adalah produk dari PT XL Planet yang merupakan kerja sama antara PT XL Axiata Tbk ialah salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan SK Planet Co. Ltd adalah perusahaan layanan digital dan pemilik dari brand *e-commerce* terbesar di Korea Selatan. Elevenia menggunakan sistem belanja platform open market place serta menyediakan solusi pembayaran *Escrow System* yang menjamin transaksi belanja dengan aman.

e. Shopee

Shopee adalah serambi perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya Shopee pertama di Amerika Selatan dan luar Asia. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng. Chris Feng adalah salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada.²⁰

3. Barang Yang Diperjualbelikan

²⁰ <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

Adapun yang menjadi objek jual beli online, yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen pada umumnya di tempat jual beli konvensional, namun barang atau jasa tersebut tidak dilihat langsung oleh pembeli selaku subjek jual beli online.²¹ Sangat berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli mendapatkan kepastian terkait dengan kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga sangat minim terjadi tindakan penipuan. Barang yang diperjualbelikan pada situs jual beli online pada umumnya adalah barang-barang yang menjadi kebutuhan sehari – hari sama seperti yang banyak diperjualbelikan pada toko-toko konvensional. Namun dalam jual beli online ada beberapa produk yang paling banyak dicari oleh para pelanggan situs jual beli online diantaranya adalah:²²

1. Produk yang Sedang Trend

Sering kali masyarakat mengikuti konsep yang lagi tren entah itu pakaian, tas, sandal, dan lain-lain. Produk yang sedang menjadi tren cenderung memiliki banyak peminat, tak heran jika banyak toko offline dan online yang menyediakan produk tersebut secara instan. Ini semata-mata karena mereka memiliki peluang yang bagus untuk berhasil.

2. Fashion

Produk fashion adalah produk yang sampai kapan pun akan di incar oleh calon pembeli karena fashion adalah kebutuhan utama setiap orang. Yang jelas mayoritas masyarakat sangat memperhatikan penampilan. Itu sebabnya produk fashion selalu menjadi kebutuhan masyarakat agar bisa tampil lebih menarik.

3. Produk kecantikan

²¹ Rohman, Ainur, 2007, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual-Beli Melalui Internet* (Studi Kasus di Gramedia Toko Buku Online Website www.gramediaonline.com)

²² Azzuracie, *Hukum Jual Beli Online*, <http://azzuracie.wordpress.com/2013/04/25/hukumjual-beli-online/>, di akses tanggal 07 Mei 2018

Semua wanita ingin mempunyai wajah cantik, tidak lain tujuannya untuk menarik perhatian. Peluang tersebut dimanfaatkan dengan banyaknya produsen yang memilih untuk menggarap bisnis kecantikan. Alasannya ada dua, yang pertama adalah wanita ingin tampil cantik, putih dan anggun; yang kedua : wanita dominan memiliki sifat yang berbelanja secara berlebihan dibandingkan pria.

4. Produk Kesehatan

Produk yang tidak kalah dicari konsumen di situs jual beli online yaitu produk kesehatan. Peminatnya tergolong banyak, mulai dari usia remaja sampai tua, alasan mereka membeli produk kesehatan adalah mereka menginginkan hasil yang secara instan dan juga ingin memperoleh manfaat yang lebih, serta yang paling penting adalah khasiat nyata produk tersebut. Untuk menjual produk ini dibutuhkan bukti izin resmi BPOM dan juga label halal yang jelas, agar konsumen tidak takut untuk membeli produk tersebut. Mengingat sekarang banyaknya produk abal-abal (penipuan) yang beredar dipasaran, untuk itu konsumen lebih berhati-hati dan tidak ingin mengambil keputusan secara cepat untuk membeli atau tidak.

5. Produk Makanan

Makanan adalah penunjang utama manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun jika membeli makanan di pasaran harus terlebih dahulu mengantri. Untuk itu produsen telah mengembangkan inovasi untuk berbelanja makanan secara online. Saat ini banyaknya produsen yang menjual makanan di media online. Untuk bersaing dengan lapak lainnya, mereka cenderung membuat inovasi dan kreasi makanan yang modern, unik, dan menarik yang sekiranya bisa menarik konsumen untuk membelinya.

6. Produk Yang Unik dan Menarik

Barang yang unik dan menarik adalah barang yang tergolong laris dalam pasaran. Selain itu barang yang seperti ini biasanya memiliki nilai jual yang tinggi. Karena pada umumnya memberikan kesan tersendiri bagi penggunanya. Oleh sebab itu barang-barang yang unik dan menarik menjadi salah satu barang yang paling banyak dicari di situs jual beli online.

7. Gadget

Gadget merupakan kebutuhan yang bisa dibilang untuk kebutuhan sehari-hari di zaman modern ini, mulai dari chatting, video call, telepon, dan lain-lain. Banyak orang yang menggunakan gadget dan sering memperbarunya karena kekurangan fitur atau hanya sekedar penunjang penampilan. Gadget adalah peluang untuk membuka usaha online shop.

C. Pengertian Konsumen Serta Hak Dan Kewajibannya

Para konsumen merupakan golongan yang rentan di eksploitasi oleh pelaku usaha. Karena itu, diperlukan seperangkat aturan hukum untuk melindungi konsumen. Yang dimaksud dengan konsumen adalah “pengguna akhir” (*end user*) dari suatu produk, yaitu setiap pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Istilah “Perlindungan Konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlu mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hanya bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.

Yang merupakan asas dari perlindungan konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mendapatkan keadilan.
- b. Untuk mencapai asas manfaat.
- c. Untuk mencapai asas keseimbangan.
- d. Untuk mendapatkan keamanan dan keselamatan konsumen.
- e. Untuk mendapatkan kepastian hukum.

Azas ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *the international organization of consumer union (IOCU)* menambah lagi beberapa hak seperti mendapatkan hak pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Namun tidak semua organisasi yang menerima, seperti halnya YLKI yang ada di Indonesia hanya menambahkan satu lagi hak dasar konsumen seperti mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Langkah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen harus diawali dengan upaya untuk memahami hak-hak konsumen, yang dapat dijadikan sebagai landasan perjuangan untuk mewujudkan hak tersebut.

Sebagaimana tentang Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1949 adalah sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar serta jaminan yang telah dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa tersebut;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang 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 mendapat kompensasi ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Jika semua hak yang disebutkan itu disusun kembali secara sistematis akan diperoleh penjelasan sebagai berikut:

a. Hak konsumen mendapatkan keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang atau jasa yang ditawarkan kepadanya produk barang atau jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani maupun rohani.

Hak untuk memperoleh keamanan ini penting ditempatkan pada kedudukan utama karena berabad-abad berkembang falsafah berpikir bahwa konsumen adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku usaha. Dalam barang atau jasa yang ditawarkan dipasaran oleh pelaku usaha berisiko sangat tinggi terhadap keamanan konsumen, pemerintah sebaiknya mengadakan pengawasan secara ketat.

Satu hal yang juga sering dilupakan dalam kaitan dengan hak untuk mendapatkan keamanan adalah penyediaan fasilitas umum yang memenuhi syarat yang ditetapkan.

b. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk yang dikonsumsi. Informasi ini

disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan di berbagai media atau mencantumkan dalam kemasan produk.

Jika dikaitkan dengan hak konsumen atas keamanan, maka setiap produk yang mengandung resiko terhadap keamanan konsumen wajib disertai informasi berupa petunjuk pakaian yang jelas. Sebagai contoh, iklan secara ideal diartikan sebagai sarana pemberian informasi kepada konsumen, seharusnya terbebas dari manipulasi data.

Selain ciri-ciri konsumen yang tidak terinformasikan, karena hal-hal khusus dapat juga dimasukkan kelompok anak-anak, orang tua, dan orang asing yang tidak dapat berkomunikasi dengan bahasa lokal sebagai konsumen yang wajib dilindungi oleh negara.

Informasi ini harus diberikan secara sama-sama bagi semua konsumen (tidak diskriminatif) dalam perdagangan yang sangat mengandalkan informasi-informasi tertutup misalnya dalam praktek insider trading di bursa yang dianggap bentuk kejahatan serius.

Penggunaan teknologi dalam mekanisme produksi barang atau jasa akan menyebabkan makin banyak informasi yang harus dikuasai oleh masyarakat konsumen. Di sisi lain mustahil mengharapkan sebagian besar konsumen memiliki kemampuan atas kecepatan akses informasi secara sama besarnya.

Apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menerima informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan dapat saja dimanfaatkan secara tidak sewajarnya oleh pelaku usaha. Itu sebabnya, hukum perlindungan konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, yang di dalamnya tercakup juga hak atas informasi yang proporsional dan diberikan secara tidak diskriminatif.

c. Hak untuk didengar

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi ialah hak didengar. Ini disebabkan oleh informasi yang diberikan

pihak berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup untuk memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut. Dalam tata krama dan tata cara periklanan Indonesia disebutkan, bila diminta oleh konsumen, maka baik perusahaan periklanan, media, maupun pengiklan, harus bersedia memberikan penjelasan mengenai suatu iklan tertentu. Pengaturan demikian, sekalipun masih berbentuk kode etik akan mengarah pada langkah positif menuju penghormatan hak konsumen untuk didengar.

d. Hak untuk memilih

Dalam konsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapatkan tekanan dari pihak luar ia sehingga tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan dibeli.

Hak untuk memilih ini erat kaitannya dengan situasi pasar. Jika seseorang atau suatu golongan diberikan hak monopoli untuk memproduksi dan memasarkan barang atau jasa, maka besar kemungkinan konsumen kehilangan hak untuk memilih produk yang satu dengan produk yang lain. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1949 tentang praktik larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat mengartikan monopoli sebagai penguasaan antar produksi atau pemasaran barang atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Dampak dari praktik monopoli ini adalah adanya persaingan usaha tidak sehat yang merugikan kepentingan umum.

e. Hak untuk mendapatkan produk barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikan

Dengan hal ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Dengan kata lain, kualitas barang atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai penggantinya.

Namun, dalam ketakbebasan pasar, pelaku usaha dapat saja mendikte pasar dengan menaikkan harga, dan konsumen jadi korban dari ketiadaan pilihan. Konsumen dihadapkan pada kondisi “jika setuju silahkan beli, jika tidak

silahkan mencari tempat yang lain”. Dalam situasi demikian, biasanya konsumen terpaksa menjadi produk alternatif yang boleh jadi kualitasnya malahan lebih buruk.

Akibat tidak berimbangya posisi tawar-menawar antara pelaku usaha dan konsumen, maka dia membawa biaya yang sewajarnya tidak ditanggung konsumen. Praktek yang tidak terpuji ini lazim dikenal dengan istilah *externalities*.

f. Hak untuk mendapatkan ganti kerugian

Jika konsumen merasakan kuantitas dan kualitas barang atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, diberikanya ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

Untuk menghindari dari kewajiban memberikan ganti kerugian, sering terjadi pelaku usaha mencantumkan klausul-klausul eksonerasi di dalam hubungan hukum antara produsen penyalur dan konsumennya. Klausul seperti “barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan” merupakan hal yang lazim ditemukan pada toko-toko. Pencantuman secara sepihak demikian tetap tidak dapat menghilangkan hak konsumen untuk mendapatkan ganti kerugian.

g. Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum

Hak untuk mendapatkan ganti kerugian harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha untuk membuat klausul eksonerasi secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasakan tidak mendapat tanggapan yang lain dari pihak-pihak terkait dalam hubungan hukum dengannya, maka konsumen berhak mendapatkan penyelesaian hukum, termasuk advokasi. Dengan kata lain, konsumen berhak menuntut pertanggungjawaban hukum dari pihak-pihak yang dipandang merugikan karena mengkonsumsi produk itu.

Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum ini sebenarnya meliputi juga hak untuk mendapatkan ganti kerugian, tetapi kedua hak tersebut tidak dapat berarti identik. Untuk memperoleh ganti kerugian, konsumen tidak selalu harus menempuh upaya hukum terlebih dahulu. Sebaliknya upaya hukum pada hakikatnya berisikan tuntutan memperoleh ganti kerugian oleh salah satu pihak.

h. Hak untuk mendapatkan lingkungan hidup

Hak konsumen atas lingkungan hidup yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen di dunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan non-fisik.

i. Hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang

Persaingan curang atau dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 disebut dengan “persaingan usaha tidak sehat” dapat terjadi jika seorang pengusaha berusaha untuk menarik langganan atau klien pengusaha lain untuk memajukan usahanya atau memperluas penjualan atau pemasarannya dengan menggunakan alat atau sarana yang bertentangan dengan itikad baik dan kejujuran dalam perekonomian.

Walaupun persaingan terjadi antara pelaku usaha, namun dampak dari persaingan itu selalu dirasakan oleh konsumen. Jika persaingan sehat, konsumen memperoleh keuntungan. Sebaliknya jika persaingan curang konsumen pula yang dirugikan. Kerugian itu boleh jadi tidak dirasakan dalam jangka pendek tetapi cepat atau lambat pasti terjadi.

Contoh bentuk yang kerap terjadi dalam persaingan curang adalah permainan harga. Satu produsen yang kuat mencoba mendesak produsen saingannya yang lebih lemah dengan cara membanting harga produk. Tujuannya untuk membuat pasar dan produsen saingannya akan berhenti berproduksi. Pada kesempatan berikutnya, dalam pasar monopolistik itulah harga kembali

dikendalikan oleh produsen curang ini. Dalam posisi demikian, konsumen pula yang dirugikan.

j. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia ini tergolong masih baru. Oleh karena itu, wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dipungkiri sejalan dengan kesadaran hukum. Makin tinggi tingkat kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi pula penghormatannya pada hak-hak dirinya dan orang lain. Upaya pendidikan konsumen tidak harus selalu melewati jenjang pendidikan formal, tetapi dapat melewati media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

Adapun contoh kewajiban konsumen dijelaskan di pasal 5, yakni :

1. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.

D. Pengertian Pelaku Usaha Serta Hak dan Kewajibannya

Dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 sebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Seperti contohnya perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Hak-hak produsen dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggungjawab atas kerugian

yang diderita oleh konsumen meskipun kerusakan timbul akibat cacat pada produk, yaitu apabila:

1. Produk tersebut sebenarnya tidak diedarkan;
2. Cacat timbul di kemudian hari;
3. Cacat timbul setelah produk berada di luar kontrol produsen;
4. Barang yang diproduksi secara individual tidak untuk keperluan produksi;
5. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan yang ditetapkan oleh penguasa.

Untuk contoh lainnya kita bisa melihat penerapan hak produsen di negara Amerika Serikat, 5 faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen :

1. Kelalaian si konsumen penderita;
2. Penyalahgunaan produk yang tidak terduga pada saat produk dibuat;
3. Lewatnya jangka waktu penuntutan, yaitu 6 tahun setelah pembelian atau 10 tahun sejak barang diproduksi;
4. Produk pesanan pemerintah pusat;
5. Kerugian yang timbul akibat kelalaian yang dilakukan oleh produsen lain dalam kerjasama produksi;

Kita juga bisa menelaah hak-hak produsen selaku pelaku usaha, jika kita mengulik Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri patutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Adapun dalam Pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha sebagai berikut :

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

Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan kan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya sehingga dan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan

transaksi pembelian barang atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.²³

Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi disamping merupakan hak konsumen. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai sebuah produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai sebuah produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan maupun yang berupa instruksi.

Diperlukan representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitanya misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau umumnya hanya untuk menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi.

Informasi yang diperoleh konsumen melalui brosur tersebut dapat menjadi alat bukti yang dipertimbangkan oleh hakim dalam gugatan konsumen terhadap produsen.²⁴ Bahkan tindakan produsen yang berupa penyampaian informasi melalui brosur-brosur secara tidak benar yang merugikan konsumen tersebut, dikategorikan sebagai wanprestasi. Karena brosur dianggap sebagai penawaran dan janji-janji yang bersifat perjanjian, sehingga isi brosur tersebut

²³Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta:Rajawali pers, 2004), hlm. 54-55.

²⁴Keputusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 103/Pdt.G/1997/PN. Jak-Sel.

dianggap diperjanjikan dalam ikatan jual beli meskipun tidak dinyatakan dengan tegas.²⁵

Perimbangan hakim dalam menggolongkan perbuatan produsen sebagai wanprestasi di atas, dapat diartikan bahwa brosur yang dikeluarkan oleh produsen merupakan bagian dari perjanjian, sehingga sebagai konsekuensinya, yang dapat menuntut ganti kerugian hanya pihak yang terikat perjanjian dengan pelaku usaha. Pembebanan tanggung gugat kepada produsen yang mempresentasikan suatu produk secara tidak benar, baik dengan alasan wanprestasi maupun dengan alasan perbuatan melanggar hukum, merupakan suatu sarana yang dapat memberikan perlindungan kepada konsumen, dengan adanya pertanggung gugatan tersebut dapat menyebabkan produsen lebih berhati-hati dalam mempresentasikan suatu produk tertentu, sehingga konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar terhadap suatu produk.

Representasi suatu produk dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur dalam Bab IV mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Salah satu larangan yang berkaitan dengan representasi tersebut terlihat dalam ketentuan Pasal 8 Ayat (1) f dan Pasal 9 Ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

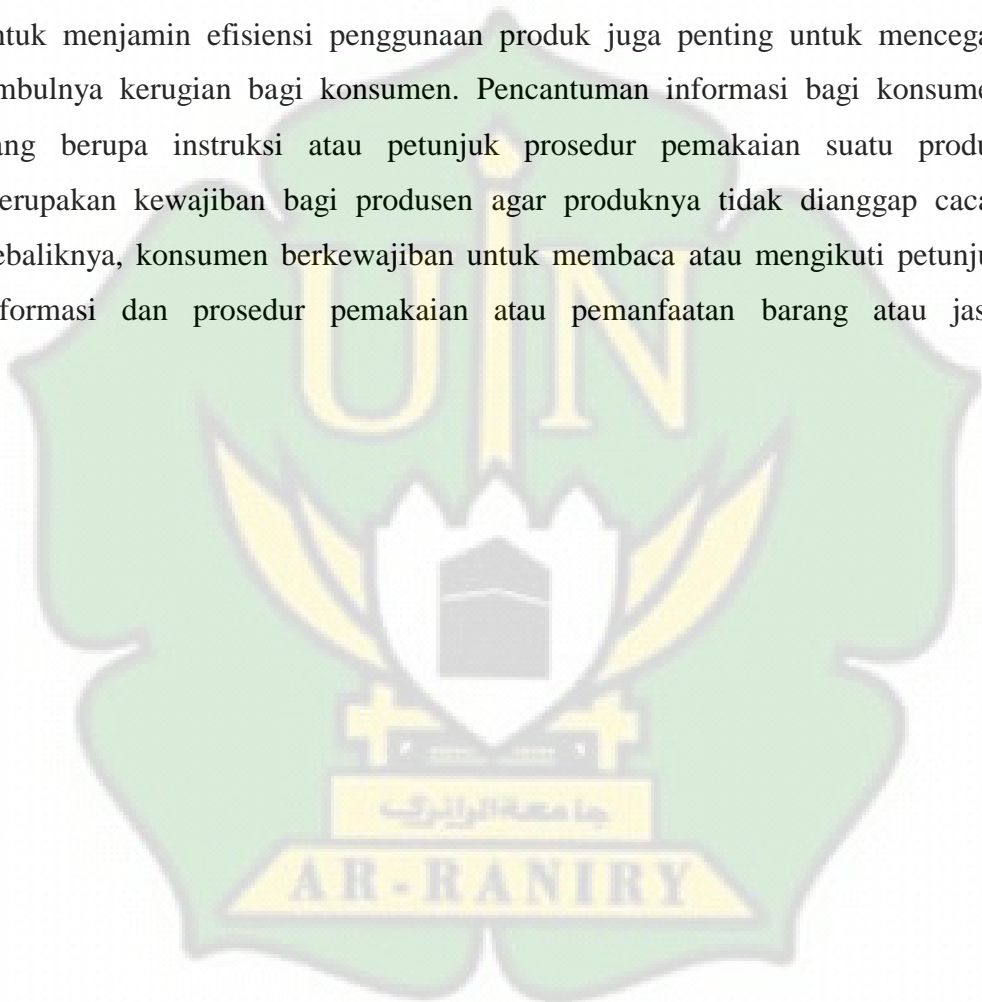
Disamping berbagai larangan di atas, masih banyak larangan bagi pelaku usaha dalam menawarkan barangnya kepada konsumen, namun secara garis besar, kesemuanya, adalah mengenai kualitas, harga, kegunaan, jaminan atas barang tersebut, serta pemberian hadiah pembeli.

Berdasarkan berbagai ketentuan yang berkaitan dengan representasi produk dalam UUPK, maka tidak dipenuhinya ketentuan tersebut oleh produsen yang menyebabkan kerugian konsumen, dapat dituntut berdasarkan perbuatan melanggar hukum, yang berarti bahwa untuk menggugat pelaku usaha, konsumen tidak harus terikat perjanjian dengan pelaku usaha yang digugat.

²⁵ Keputusan Pengadilan Negeri Surabaya Nomor/502/Pdt.G/1991/PN.SBY.

Dengan demikian ketentuan dalam UUPK dapat memberikan perlindungan hukum kepada pihak ketiga yang tidak terikat perjanjian dengan pelaku usaha.

Produksi yang di bawa ke pasar bisnis tanpa petunjuk pemakaian dan peringatan sangat kurang atau tidak memadai menyebabkan suatu produk dikategorikan sebagai produk yang cacat instruksi. Selain instruksi ditujukan untuk menjamin efisiensi penggunaan produk juga penting untuk mencegah timbulnya kerugian bagi konsumen. Pencantuman informasi bagi konsumen yang berupa instruksi atau petunjuk prosedur pemakaian suatu produk merupakan kewajiban bagi produsen agar produknya tidak dianggap cacat. Sebaliknya, konsumen berkewajiban untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa.



BAB TIGA

ANALISIS HUKUM PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

A. Proses Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen

Mekanisme penyelesaian sengketa konsumen menurut UUPK telah di atur dalam Bab X Pasal 23 UUPK:

“Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau memenuhi ganti kerugian atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 Ayat (1) sampai dengan Ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.”

Dari bunyi ketentuan Pasal 23 tersebut, dapat disimpulkan bahwa UUPK menghendaki penyelesaian sengketa di luar pengadilan terlebih dahulu diselesaikan sendiri oleh kedua belah pihak secara damai, yaitu tanpa melalui pengadilan maupun lembaga BPSK.¹ Proses penyelesaian sengketa konsumen di luar Pengadilan meliputi:

- Penyelesaian sengketa konsumen yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha sendiri.
- Penyelesaian dengan cara pengaduan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Masyarakat.
- Penyelesaian sengketa konsumen melalui proses litigasi.

Disisi lain penyelesaian sengketa konsumen yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha sendiri sebagaimana dimaksud dengan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yakni penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi dan arbitrase yang terkait dengan tugas dan wewenang yang dijalankan oleh BPSK. Sehingga penafsiran di luar daripada itu

¹Al-Wisnubroto, Nugroho As'ad, Nurhasan, “Panduan Sukses Berperkar: Penyelesaian Efektif Sengketa Konsumen”, studi banding mengenai lembaga penyelesaian sengketa di tiga negara yakni TTPM Malaysia Small Claim Tribunal Hongkong, dan BPSK Indonesia, hlm. 36.

tidak termasuk dalam Undang-Undang ini. Dengan demikian proses penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksudkan dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara limitatif dibagi menjadi tiga, yakni dengan cara mediasi, konsiliasi dan arbitrase, sedangkan lembaga yang berwenang menyelesaikan sengketa di luar pengadilan hanyalah BPSK.

Konsumen harus terlebih dahulu mengajukan tuntutan langsung kepada pelaku usaha yang bersangkutan. Pelaku usaha yang bersangkutan wajib memberikan jawaban atas tuntutan tersebut. Jawaban dapat berupa penolakan atas tuntutan konsumen, atau berupa pemenuhan tuntutan ganti kerugian yang diajukan oleh konsumen, atau tidak memberi tanggapan sama sekali. Setelah konsumen menerima jawaban yang berisi penolakan, atau pelaku usaha tidak memberi tanggapan atas tuntutan ini, maka konsumen dapat mengajukan gugatan.²

Maka dari itu marilah terlebih kita lihat contoh kasus jual beli online yang pernah terjadi di Aceh.

a. Pembelian 1 Unit Sepeda Motor.

Pada juni tahun 2012 yang lalu pernah terjadi kasus penipuan dalam jual beli online kepada korban yang bernama Nanda Afrian di situs jual beli online olx.co.id. Dari korban sudah membuat laporan ke pihak Polresta Banda Aceh tetapi dari pihak Polresta Banda Aceh meminta kepada korban untuk membuat laporan ke Polda Aceh saja agar diproses lebih lanjut. Dikarenakan pada saat itu pihak Polresta Banda Aceh belum memiliki porsi dalam menyelesaikan kasus jual beli online tersebut.³

² Susanti Adi Nugroho. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana. 2011.hlm, 238

³ Wawancara dengan Bapak Saidil, Selaku Anggota BA Dit Reskrimsus, pada tanggal 14 Januari 2020, Pukul 09:30 WIB

Penipuan dari jual beli online menimpa Nanda Afrian (18) alumni SMK 5 Banda Aceh, warga desa Neuheun, Kecamatan Masjid Raya, Aceh Besar. Dia menjadi korban penipuan orang yang memasang iklan sepeda motor murah di website jual beli online itu. Nanda Afrian yang menjadi korban penipuan itu bahkan telah mentransfer uang sebanyak Rp 5,5 juta kepada pemilik sepeda motor. Sampai saat ini, motor yang diiklankan di olx.co.id itu belum ia terima. Motor yang tertera di iklan tersebut adalah milik Tina Yunita dan nomor HP yang dicantumkan tidak dapat lagi dihubungi sampai sekarang. Lanjutnya, informasi yang diperoleh sepeda motor itu berada di Sigli, Kab. Pidie yang jarak tempuh perjalanan darat dari Banda Aceh sekitar 2,5 jam. Katanya, pemilik kendaraan tersebut juga berjanji akan mengantarkan sepeda motor itu langsung ke Banda Aceh.

Namun, secara tiba-tiba pemilik kendaraan memberitahukan Nanda, bahwa dia batal mengantar langsung sepeda motor ke Banda Aceh. Alasannya karena ada urusan penting lain yang harus dia kerjakan, sehingga sepeda motor yang sudah dilunasi itu dijanjikan akan dikirim melalui jasa pengiriman dan sampai saat ini pihak kepolisian masih memproses perkara ini.⁴

Proses penyelesaian tindak pidana:

Cara untuk menyelesaikan kasus perlindungan konsumen ini dengan membuat pengaduan kepada pihak kepolisian. Pihak kepolisian akan mengeluarkan SPKT dan akan mengeluarkan juga SPDP yang akan disampaikan ke Pelapor, Pelaku dan jaksa penuntut umum. Dikarenakan dalam hal ini pihak kepolisian sudah mengkategorikan perkara ini dengan tindak pidana penipuan dan merupakan delik biasa yang didalamnya Pasal yang disangkakan dalam kasus ini pasal 378 KUHPidana tentang penipuan yang berisi “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara

⁴ Wawancara dengan saudara Nanda Afrian, Selaku Korban Penipuan, (melalui sambungan telpon) pada tanggal 23 Januari 2021, Pukul 16:00 WIB

melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun.” Berlangsung sampai putusan pengadilan yang inkrah.

b. Pembelian HP dengan modus kerja sama.

Di lain tempat Polisi menangkap FR (20), warga Desa Teumpok Baroh, Kecamatan Jeumpa, Kabupaten Bireuen, Aceh, atas kasus penipuan dengan modus kerjasama bisnis handphone. Wakil Kepala Polisi Resort Polres Lhokseumawe Kopol Ahzan menyebutkan, FR beraksi bersama tiga pelaku lainnya yang kini mendekam di rumah tahanan sejumlah daerah di Indonesia. Ketiga pelaku lainnya yaitu FY (34) dan MW (27) di LP Simalungun Sumatera Utara, serta NN (19) di Rumah Tahanan Wanita Tanjung Gusta Medan, Sumut. “Empat orang ini berkomunikasi lewat handphone. FR ini bertugas mengambil uang setelah ditransfer korban. MW ini bertugas mencari korban. Sedangkan NN dan FY ini berpura-pura memesan handphone pada korban,” kata Ahzan dalam konferensi pers di Mapolres Lhokseumawe, Kamis (27/2/2020). Dia menjelaskan, awalnya MW mengajak korban berinisial T, warga Lhokseumawe kerja sama jual-beli handphone. Dalam aksinya, MW mengaku sebagai Fadli, tetangga korban. Dia pun meyakinkan T terkait jual-beli handphone yang sangat menguntungkan. Kemudian, NN dan FY menghubungi korban dan memesan handphone dengan merk tertentu. Setelah menerima pesanan itu, korban menghubungi MW untuk dibelikan handphone. “MW meminta uang dikirim, setelah uang masuk ke rekening. Maka MW akan mengirim handphone ke korban, seterusnya korban bisa menjual handphone itu pada pembeli,” sebutnya. Korban sempat mengirim uang sebanyak tiga kali masing-masing Rp 15 juta, Rp 19 juta dan Rp 5 juta. Namun, belakangan korban sadar, barang yang dipesan tak pernah dikirimkan. “Lalu korban melapor ke polisi. Setelah kita selidiki kita

tangkap satu di Bireuen. Tiga lainnya memang masih menjadi narapidana dan ditahan di sejumlah rumah tahanan negara di Indonesia,” kata Ahzan. Berdasarkan hasil pemeriksaan polisi, pelaku mengaku telah menipu tiga orang sejak tahun 2017. “Pelaku yang kita tangkap ini mengaku korbannya ada tiga orang yaitu warga Bireuen, Langsa dan Lhokseumawe. Kini dia kita tahan untuk pemeriksaan lebih lanjut,” imbuhnya.⁵

Proses penyelesaian tindak pidana:

Dalam hal ini Polisi juga menerapkan Pasal yang sama kepada pelaku untuk menyelesaikan kasus perlindungan konsumen. Dikarenakan dalam hal ini pihak kepolisian sudah mengkategorikan perkara ini dengan tindak pidana penipuan dan merupakan delik biasa yang didalamnya Pasal yang disangkakan dalam kasus ini pasal 378 KUHPidana tentang penipuan yang berisi “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun.” Sampai dengan saat ini kasus ini masih diproses oleh pihak kepolisian.⁶

1. Lembaga Berperan dan Berwenang Dalam Menyelesaikan Sengketa Konsumen.

- a. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha.

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana yang dimaksud pada pasal 43 ayat (2) UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya

⁵ "Polisi Tangkap Pelaku Penipuan Bekedok Jual Beli HP di Aceh" dalam Media Kompas, Lhokseumawe, Kamis, 27 Februari 2020.

⁶ Wawancara dengan Bapak Saidil, Selaku Anggota BA Dit Reskrimsus, pada tanggal 14 Januari 2020, Pukul 09:30 WIB.

penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa, yaitu pelaku usaha dan konsumen, tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian konsumen dan sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen. Bahkan dalam penjelasan pasal tersebut dikemukakan bahwa pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Dari penjelasan pasal 45 ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki penyelesaian damai, merupakan upaya hukum yang justru harus terlebih dahulu di usahakan oleh para pihak yang bersengketa, sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui BPSK atau badan peradilan.⁷ Tetapi sangat disayangkan juga fakta dilapangan bahwasanya seperti masyarakat Aceh sendiri masih banyak yang belum menyadari hak dirinya sebagai konsumen sangat di jaga oleh undang-undang yang tampak sedikitnya pelaporan kepada pihak berwenang yang menangani kasus perlindungan konsumen.⁸

b. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/BPSK

BPSK adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang berperan dalam menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen dalam sebuah transaksi jual beli. Badan ini dibentuk di setiap daerah tingkat II dibentuk untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan dan badan ini mempunyai anggota-anggota dari unsur pemerintahan, konsumen dan pelaku usaha. Setiap unsur tersebut berjumlah 3 orang atau sebanyak 5 orang yang kesemuanya diangkat dan diberhentikan oleh menteri Perindustrian dan Perdagangan.

⁷ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana. 2011.hlm. 99.

⁸ Wawancara dengan Bapak Saidil, Selaku Anggota BA Dit Reskrimsus, pada tanggal 14 Januari 2020, Pukul 09:30 WIB.

Keanggotaan badan terdiri atas ketua merangkap anggota, wakil ketua merangkap anggota, dan anggota dengan dibantu oleh sebuah sekretariat.⁹

1) Dasar hukum pembentukan lembaga BPSK

Dasar hukum pembentukan BPSK adalah UU No. 8 Tahun 1999. Pasal 49 Ayat 1 UUPK jo. Pasal 2 Kepmenperindag No. 350/MPP/Kep/12/2001 mengatur bahwa di setiap kota ataupun kabupaten harus dibentuk BPSK. Kehadiran BPSK diresmikan pada tahun 2001, yaitu dengan adanya keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.¹⁰

Sebelum mengenal lebih jauh apa itu BPSK, lebih baik mengenal terlebih dahulu tugas dan wewenang dari BPSK meliputi:

- a) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi, arbitrase atau konsiliasi;
- b) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c) Pengawasan klausul baku;
- d) Melapor kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran undang-undang ini;
- e) Menerima pengaduan dari konsumen, lisan atau tertulis, tentang dilanggarnya perlindungan konsumen;
- f) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa konsumen;
- g) Memanggil pelaku usaha pelanggar;
- h) Menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran itu;
- i) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan mereka tersebut huruf g apabila tidak memenuhi panggilan;

⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014, hlm, 127.

¹⁰ Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001, LN No. 105 Tahun 2001.

- j) Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen atau alat-alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k) Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian konsumen;
- l) Memberitahukan keputusan kepada pelaku usaha pelanggaran undang-undang;
- m) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha pelanggar undang-undang.

Dilihat dari tugas dan wewenang tersebut, maka dengan demikian terdapat 2 fungsi strategis dari BPSK yaitu sebagai instrumen hukum penyelesaian sengketa di luar pengadilan dan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku oleh pelaku usaha.

Pemerintah membentuk suatu badan baru, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/BPSK, untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara cepat, mudah, dan murah. Cepat karena undang-undang menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja, BPSK wajib memberikan putusannya.¹¹ Mudah karena prosedur administratif dan proses pengambilan putusan yang sangat sederhana.¹² Murah yang terletak pada biaya perkara yang terjangkau.

Setiap konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat mengadukan masalahnya kepada BPSK, baik secara langsung, diwakili oleh kuasanya maupun oleh ahli warisnya. Pengaduan yang disampaikan konsumen yang bersangkutan dalam keadaan sakit, meninggal dunia, lanjut usia, belum dewasa atau warga negara asing. Pengaduan tersebut dapat disampaikan secara lisan maupun tulisan kepada sekretariat BPSK di kota/kabupaten tempat domisili konsumen atau di kota/kabupaten terdekat dengan domisili konsumen.

¹¹ Pasal 55 UUPK.

¹² Yusuf shofie dan Somi Awan, "Sosok Pengadilan Konsumen Mengungkap Berbagai Persoalan Mendasar BPSK". Penerbit Paramedia Jakarta, 2004, hlm. 17.

Penyelesaian sengketa konsumen di BPSK diselenggarakan semata-mata untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang di derita oleh konsumen.¹³ Ukuran kerugian materi yang dialami konsumen didasarkan pada besarnya dampak dari penggunaan produk barang dan/atau jasa terhadap konsumen. Bentuk jaminan yang dimaksud adalah berupa pernyataan tertulis yang menyatakan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut.

Tata cara penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 jo. Kepmenperindag No. 350/MPP/12/2001 tentang Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Proses Penyelesaian pun diatur sangat sederhana dan sejauh mungkin dihindari suasana yang formal. Untuk memudahkan pemahaman, maka penjelasan ini akan dibagi dalam beberapa tahap yang dimulai dari tahap pengajuan gugatan sampai tahap keputusan dan atau eksekusi putusan.

a) Tahap Pengajuan Gugatan

Konsumen yang dirugikan dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen kepada BPSK yang terdekat dengan tempat tinggal konsumen. Permohonan diajukan secara tertulis kepada BPSK dan akan memberikan tanda terima kepada pemohon, dan jika pemohon diajukan secara lisan, maka sekretariat BPSK akan mencatat permohonan tersebut dalam sebuah formulir yang disediakan secara khusus dan dibubuhi tanggal dan nomor registrasi apabila permohonan ternyata tidak lengkap atau permohonan bukan kewenangan BPSK, maka ketua BPSK menolak permohonan tersebut. Jika permohonan memenuhi persyaratan dan diterima, maka Ketua BPSK harus

¹³ Penjelasan Pasal 47 UUPK.

memanggil pelaku usaha secara tertulis disertai dengan copy permohonan dari konsumen, selambat-lambatnya 3 hari kerja sejak diterimanya permohonan.¹⁴

Untuk pemanggilan pelaku usaha, dibuat surat panggilan yang memuat hari, tanggal, jam dan tempat persidangan serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan jawaban terhadap penyelesaian sengketa konsumen untuk diajukan pada persidangan pertama. Jika pada hari ditentukan pelaku usaha tidak hadir memenuhi panggilan, maka sebelum melampaui 3 hari kerja sejak pengaduan, pelaku usaha dapat dipanggil sekali lagi. Jika pelaku usaha tetap tidak hadir tanpa alasan yang sah, maka berdasarkan ketentuan pasal 52 huruf I UUPK jo. Pasal 3 huruf i Kepmenperindag No. 350/MPP/12/2001, BPSK dapat meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha tersebut.

Jika pelaku hadir, maka konsumen dapat memilih cara penyelesaian sengketa yang harus disetujui oleh pelaku usaha. Cara yang bisa dipilih dan disepakati para pihak adalah konsiliasi, mediasi atau arbitrase. Jika cara yang dipilih para pihak adalah konsiliasi atau mediasi, maka ketua BPSK segera menunjuk majelis sesuai dengan ketentuan untuk ditetapkan sebagai konsiliator atau mediator. Jika cara yang dipilih para pihak adalah arbitrase, maka prosedurnya adalah para pihak memilih arbiter dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pelaku usaha dan konsumen sebagai anggota majelis. Arbiter yang dipilih memilih arbiter ketiga dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah sebagai ketua majelis. Persidangan pertama dilaksanakan selambat-lambatnya hari kerja ke-7 terhitung sejak diterimanya permohonan.

b) Persidangan dengan cara mediasi

Mediasi adalah suatu proses negosiasi penyelesaian sengketa atau pemecahan masalah dimana pihak-pihak ketiga yang tidak memihak bekerjasama dengan para pihak yang bersengketa membantu memperoleh kesepakatan perjanjian yang memuaskan.

¹⁴ Susanti Adi Nugroho, Proses. *Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta:Kencana. 2011. hlm. 104.

Mediator tidak mempunyai kewenangan untuk memutuskan sengketa. Mediator hanya membantu para pihak untuk menyelesaikan persoalan yang diserahkan kepadanya, pihak ketiga memegang peranan penting untuk menyetakannya. Kesepakatan dapat tercapai dengan mediasi jika pihak yang bersengketa berhasil mencapai saling pengertian dan bersama-sama merumuskan penyelesaian sengketa dengan arahan konkret dari mediator. Mediator bertindak lebih aktif dengan memberi nasihat, petunjuk, saran dan upaya-upaya lain dalam menyelesaikan sengketa.

Hasil musyawarah yang merupakan hasil dari kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa, selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis, yang di tanda tangani oleh para pihak yang bersengketa dan diserahkan kepada majelis BPSK untuk menguatkan perjanjian tersebut. Putusan tersebut mengikat kedua belah pihak. Keputusan dalam konsiliasi dan mediasi tidak memuat sanksi administratif.

c) Persidangan dengan cara konsiliasi

Konsiliasi merupakan suatu proses penyelesaian sengketa di antara para pihak dengan melibatkan pihak ketiga yang netral dan tidak memihak. Konsiliator hanya melakukan tindakan seperti mengatur waktu dan tempat pertemuan para pihak, mengarahkan subjek pembicaraan, membawa pesan dari suatu pihak kepada pihak lain jika pesan tersebut tidak mungkin disampaikan langsung oleh para pihak. Sungguhpun konsiliator dapat mengusulkan solusi penyelesaian sengketa, tetapi tidak berwenang memutus perkaranya. Pihak-pihak yang bersengketa harus menyatakan persetujuan atas usulan pihak ketiga tersebut dan menjadikannya sebagai kesepakatan penyelesaian sengketa.

Penyelesaian sengketa sendiri dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan di dampingi majelis BPSK yang bertindak pasif sebagai konsiliator. Jadi, dalam hal ini majelis BPSK menyerahkan sepenuhnya proses

penyelesaian sengketa kepada para pihak, baik mengenai bentuk maupun jumlah ganti kerugiannya.

^ Pada penyelesaian sengketa melalui konsiliasi ini, majelis BPSK sebagai konsiliator memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa, dan memanggil saksi-saksi serta saksi ahli dan bila diperlukan menyediakan forum konsiliasi bagi konsumen dan pelaku usaha, perihal peraturan perundang-undangan dibidang perlindungan konsumen.

Hasil musyawarah yang merupakan kesepakatan antar konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh para pihak yang bersengketa dan diserahkan kepada majelis untuk dituangkan dalam putusan majelis BPSK yang menguatkan perjanjian tersebut.

d) Persidangan dengan cara arbitrase.

Arbitrase adalah salah satu bentuk adjudikasi privat yang cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar pengadilan, yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa. Berdasarkan pengertian ini, hanya perkara perdata saja yang dapat diselesaikan dan diputuskan oleh lembaga arbitrase. Penyelesaian arbitrase juga cenderung lebih informal dan lebih sederhana, dibandingkan proses litigasi, prosedurnya tidak kaku dan lebih dapat menyesuaikan, serta tidak sering mengalami penundaan.

Bila dibandingkan dengan proses penyelesaian sengketa melalui lembaga peradilan, maka lembaga arbitrase mempunyai beberapa kelebihan, antara lain :

- (1) Dijamin kerahasiaan sengketa para pihak.
- (2) Dapat dihindari keterlambatan yang diakibatkan karena hal prosedural dan administratif.

- (3) Para pihak dapat memilih arbiter yang menurut keyakinan mempunyai pengetahuan, pengalaman, serta latar belakang yang cukup mengenal masalah yang disengketakan, jujur, dan adil.
- (4) Para pihak dapat menentukan pilihan hukum untuk menyelesaikan masalahnya serta proses dan tempat penyelenggaraan arbitrase.
- (5) Putusan arbitrase merupakan putusan yang mengikat para pihak dan dengan melalui tata cara yang sederhana dan langsung dapat dilaksanakan.

e) Tahap Putusan

Putusan Majelis BPSK dapat dibedakan atas 2 jenis putusan, yaitu:

- (1) Putusan BPSK dengan cara konsiliasi atau mediasi

Pada dasarnya hanya mengukuhkan isi perjanjian perdamaian, yang telah disetujui dan ditandatangani oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

- (2) Putusan BPSK dengan cara Arbitrase

Putusan dengan cara Arbitrase seperti halnya putusan perkara perdata, memuat duduknya perkara dan pertimbangan hukumnya.¹⁵

Putusan Majelis BPSK sedapat mungkin didasarkan atas musyawarah untuk mencapai mufakat, namun jika telah diusahakan sungguh-sungguh ternyata tidak berhasil kata mufakat, maka putusan diambil dengan suara terbanyak. Hasil penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi atau mediasi dibuat dalam perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh konsumen dan pelaku usaha, selanjutnya dikuatkan dengan putusan majelis.

Hak-Hak yang harus di dapatkan oleh kedua belah pihak setidaknya adalah :

- Haruslah efisien waktu dari segi waktu;
- Haruslah hemat biaya;

¹⁵ Aman Sinaga, Makalah “Peran Dan Fungsi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Upaya Perlindungan Konsumen,” tahun 2004, hlm. 6.

- Haruslah dapat di akses oleh para pihak, misalnya tempat pertemuan jangan terlalu jauh;
- Haruslah melindungi hak-hak dari para pihak yang bersengketa;
- Haruslah dapat menghasilkan putusan yang adil dan jujur;
- Badan atau orang yang menyelesaikan sengketa haruslah terpercaya di masyarakat dan para pihak yang bersengketa;
- Putusannya harus final dan mengikat;
- Putusannya harus dapat bahkan mudah di eksekusi;
- Putusannya haruslah sesuai dengan perasaan keadilan dari komunitas di mana penyelesaian sengketa dilaksanakan.¹⁶

c. Penyelesaian Sengketa perlindungan konsumen melalui Litigasi.

Litigasi itu adalah penyelesaian sengketa antara para pihak yang dilakukan di muka pengadilan. Dalam proses litigasi menempatkan para pihak saling berlawanan satu sama lain, selain itu penyelesaian sengketa secara litigasi merupakan sarana akhir (*ultimum remidium*) setelah alternatif penyelesaian sengketa lain tidak membuahkan hasil.¹⁷ Penyelesaian sengketa konsumen menggunakan jalur litigasi merupakan penyelesaian sengketa melalui pengadilan yang mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum. Dalam praktik penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha di mana putusan hakim telah menyatakan menerima gugatan konsumen namun apabila pihak yang dikalahkan/tergugat/pelaku usaha tidak bersedia melaksanakan putusan dengan sukarela maka pihak yang dimenangkan/penggugat/konsumen

¹⁶ Leo Kanowitz, "Alternative Dispute Resolution". Penerbit: St Paul, Minnesota USA West Publishing Co, tahun 1985, hlm, 14.

¹⁷ <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt52897351a003f/litigasi-dan-alternatif-penyelesaian-sengketa-di-luar-pengadilan/>

harus mengajukan permohonan eksekusi kepada Ketua Pengadilan dengan disertai data tentang objek eksekusinya.¹⁸

d. Penyelesaian sengketa dalam transaksi “online shop” melalui sarana media sosial atau internet

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi produksi barang dan jasa serta diikuti era perdagangan bebas belum diikuti dengan kemajuan perangkat hukum yang ada. Seperti dalam praktik “distance selling” atau bisnis “mail order marketing”, konsumen yang berbelanja barang di luar negeri tidak perlu berpergian ke luar negeri. Dalam membeli barang yang dikehendaki, konsumen cukup memanfaatkan teknologi komunikasi, seperti telpon atau melalui *e-commerce*.

Persoalan muncul ketika produk tersebut ternyata rusak beberapa lama setelah pembelian. Padahal digunakan sesuai petunjuk pemakaiannya, atau dalam hal produk yang dikirimkan tidak sesuai dengan deskripsi yang diiklankan atau kecanggihan produk tersebut. Timbul pertanyaan bagaimana bentuk tanggungjawab perusahaan atau produsen yang bersangkutan terhadap konsumen. Keadaan ini belumlah diikuti dengan kemajuan perangkat hukum.

Terdapat tiga hal langkah yang dalam melakukan transaksi secara elektronik, yaitu:¹⁹

- (1) *Searching stage*, pada tahap *searching* ini belum terjadi transaksi;
- (2) *Ordering and payment stage*;
- (3) *Delivery stage*.

Setidak-tidaknya agar keamanan anda dalam berbelanja aman dan nyaman semisal mungkin anda harus memperoleh informasi sebagai berikut :

¹⁸ Fibrianti dan Nurul, “Perlindungan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi”, *Jurnal Hukum Acara Perdata*, Vol 1, No 1 (2015) : Januari-Juni 2015.

¹⁹ M. Arsyad Sanusi, “E-Commerce Hukum dan Solusinya”. Penerbit PT Mizan Grafika Sarana Tahun 2001, hlm. 16.

- 1) Legalitas Produsen dan Data identitas para pihak;
- 2) Objek dan spesifikasi barang;
- 3) Syarat anda bertransaksi;
- 4) Harga dan biaya include pilihan pembayaran;
- 5) Usahakan konsumen mendapatkan pembayaran *Cash on Delivery*.
- 6) Prosedur apa saja yang dapat membatalkan kesepakatan anda
- 7) Lihat komentar orang lain terhadap barang yang akan anda beli;
- 8) Ketentuan khusus ketika barang anda tidak sesuai harus diganti dengan hal apa; dan
- 9) Pilihan penyelesaian masalah seperti apa jika dikemudian hari terjadi sengketa.²⁰

B. Undang-Undang Yang Berwenang Dalam Menyelesaikan Kasus Perlindungan Konsumen

Disamping UUPK, hukum perlindungan konsumen juga di kemukakan di dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang juga memuat berbagai kaidah yang menyangkut hubungan dan masalah konsumen. Sekalipun peraturan perundang-undangan tersebut tidak khusus diterbitkan untuk konsumen, setidaknya dapat dijadikan dasar bagi perlindungan konsumen.²¹

1. Undang-Undang Dasar 1945 dan ketetapan MPR

Undang-Undang Dasar 1945, pembukaan, alinea ke 4:

“... kemudian daripada itu untuk membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia ...”

a. Pasal 27 Ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945,

²⁰ Wawancara dengan Bapak Saidil, Selaku Anggota BA Dit Reskrimsus, pada tanggal 14 Januari 2020, Pukul 09:30 WIB.

²¹ Man Suparman Sastrawidjaja, “Aspek Hukum Perlindungan Konsumen”, suatu makalah tidak bertanggal, tahun 2005, hlm, 3.

“Tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”

b. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat 1993;

“...meningkatkan pendapatan produsen dan melindungi kepentingan konsumen.”

2. Peraturan perundang-undangan lainnya

Peraturan perundang-undangan yang memuat kaidah yang menyangkut konsumen, juga terdapat pada hukum perdata, hukum dagang, serta kaidah-kaidah keperdataan yang termuat dalam peraturan perundang-undangan lainnya, baik hukum perdata, tertulis maupun hukum perdata yang tidak tertulis, misalnya:

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata/KUHPerdata , terutama dalam buku kedua, ketiga, dan keempat, yang memuat berbagai kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan konsumen dan penyedia barang atau jasa konsumen.²² Sungguhpun UUPK belum terbentuk, tetapi berbagai peraturan secara parsial memuat kaidah-kaidah hukum yang bersifat keperdataan dan mengatur hubungan hukum konsumen.
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang/KUHD: buku kesatu dan buku kedua, mengatur tentang hak-hak dan kewajiban yang terbit dari jasa perasuransian dan pelayaran.
- c. Peraturan perundang-undangan yang tergolong hukum publik, terutama dalam kerangka hukum konsumen dan/atau hukum perlindungan konsumen.²³ Dalam kaitan ini antara lain ketentuan hukum administrasi negara dan hukum pidana seperti pencabutan izin usaha, izin praktik, atau izin perizinan lain yang diberikan, serta penjatuhan hukuman disiplin berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Seperti tindakan administrasi terhadap tenaga kesehatan

²² Pasal 1257 KUHPerdata, Pasal 1548 KUHPerdata

²³ C.S.T. Kansil, “Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, Penerbit: Balai Pustaka, Jakarta, Tahun 1979, hlm, 10.

dan/atau sarana kesehatan; tindakan perundang-undangan dan HAM terhadap pelanggaran UU No. 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas; tindakan Administrasi terhadap pelanggaran terhadap UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

- d. Kaidah-kaidah yang menyangkut perlindungan konsumen juga terdapat di luar KUHPdata, KUHD, maupun KUHPidana misalnya:
- a) UU No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
 - b) UU No.7 Tahun 1976 tentang Farmasi
 - c) UU No. 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal
 - d) UU No. 21 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pers
 - e) UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian
 - f) UU No. 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan
 - g) UU No. 16 Tahun 1985 tentang Rumah Susun
 - h) UU No. 13 Tahun 1992 tentang perkeretaapian
 - i) UU No. 14 Tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
 - j) UU No. 3 Tahun 1992 tentang Wajib Daftar Perusahaan
 - k) UU No. 7 Tahun 1994 tentang WTO
 - l) UU No. 7 Tahun 1996 tentang Undang-Undang Pangan
 - m) UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup
 - n) UU No. 5 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- e. Dalam hukum Adat juga terdapat beberapa prinsip yang dapat dijadikan dasar perlindungan kepada konsumen.

C. Solusi Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Bertahap

Pengertian ganti kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu yang disebabkan oleh pihak lain. Kerugian yang di derita oleh seseorang secara garis besar dapat dibagi atas dua bagian, yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta benda seseorang. Sedangkan

kerugian harta benda sendiri dapat berupa kerugian yang nyata yang di alami serta kehilangan keuntungan yang diharapkan.

Walaupun kerugian dapat berupa dari fisik seseorang atau kerugian yang menimpa harta benda, namun jika dikaitkan dengan ganti kerugian, maka keduanya dapat dinilai uang atau harta kekayaan. Demikian pula karena kerugian harta dapat pula kehilangan keuntungan yang diharapkan, maka pengertian kerugian yang seharusnya berkurangnya/tidak diperolehnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan yang melanggar hukum dari pihak yang lain.²⁴

Dari gambaran tersebut, maka solusi dalam menyelesaikan masalah perlindungan konsumen dapat dibedakan menjadi 3 macam:²⁵

c. Hukum perlindungan konsumen dalam aspek perdata

Untuk solusi yang pertama melalui aspek perdata, setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui pengadilan dimana kedudukan konsumen. Dalam tahap ini peradilan bisa memutuskan putusan dalam hal ganti kerugian kepada produsen jika benar melanggar segala hak konsumen. Bisa berupa:

- a. Pengembalian uang atau pengantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya atau perawatan.
- b. Pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Ganti kerugian tersebut dapat pula ditujukan sebagai pergantian kerugian terhadap keuntungan yang akan diperoleh apabila tidak terjadi kecelakaan, atau kehilangan pekerjaan atau penghasilan untuk sementara atau seumur hidup akibat kerugian fisik yang di derita dan sebagainya.

²⁴ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta:Rajawali pers, 2004), hlm, 137.

²⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm, 16.

d. Hukum perlindungan konsumen dalam aspek administrasi.

Saksi administratif dapat dibebankan kepada pelaku usaha yang dalam hal ini tidak melaksanakan pemberian ganti rugi, maupun pemberian santunan atas kerugian yang diderita oleh konsumen. Sanksi juga diberikan kepada pelaku usaha yang tidak dapat menyediakan fasilitas jaminan purna jual, baik dalam suku cadang maupun dalam pemeliharannya.

Departemen perdagangan sudah mengeluarkan pedoman tentang sanksi administratif yaitu adanya paksaan dari pemerintah dan Denda Administratif dapat berupa penetapan ganti kerugian paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) oleh pelaku usaha yang melanggar suatu kewajiban pembayaran yang harus dipenuhi berdasarkan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

e. Hukum perlindungan konsumen dalam aspek pidana.

Aspek hukum pidana telah ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tidak berdayanya instrumen hukum perdata dan administrasi terkesan mengambil pragmatis dengan melakukan kriminalisasi dalam UUPK atas beberapa perilaku usaha. Di dalam hukum pidana sendiri terpapar jelas bahwa dalam bermasyarakat sebisa mungkin ini dijadikan sebagai *ultimatum remedium*. Sanksi-sanksi dalam pidana mengutamakan untuk melindungi dan mempertahankan kepentingan-kepentingan itu dalam hak konsumen. Instrumen itu baru digunakan ketika instrumen hukum yang lain sudah tidak berdaya lagi untuk melindungi konsumen.

Undang-undang perlindungan konsumen telah mengubah paradigma lama yang kurang berorientasi pada kepentingan /hak konsumen. Pasal 63 butir c UUPK telah menempatkan hukuman tambahan berupa pembayaran ganti kerugian atas pelanggaran-pelanggaran norma-norma UUPK, di samping dijatuhkan sanksi pidana pokok berupa:

- a. Pidana penjara maksimal 5 (lima) tahun atau pidana denda maksimal Rp. 2.000.000.000,- (dua miliar rupiah); dan
- b. Pidana penjara maksimal 2 (dua) tahun atau pidana denda maksimal Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).



BAB EMPAT

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat beberapa kesimpulan yang membuat paradigma kita selaku penulis dan pembaca dalam hal melihat sisi penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang masih terabaikan, mulai dari kurangnya kesadaran masyarakat hingga pandangan konsumen yang membayangkan rumitnya menyelesaikan permasalahan dalam sengketa ini.

Maka dari itu rangkuman yang bisa kita ambil bersama dalam materi skripsi ini :

1. Konsumen ketika dirugikan tidak hanya mendapat pertanggungjawaban masalah ganti kerugian juga dapat mendapatkan haknya melalui hak perdata, administrasi maupun pidana yang bersifat *ultimatum remedim*.
2. Untuk masalah proses yang harus dilalui oleh konsumen ketika bersengketa dapat kita ketahui konsumen terlebih dahulu menyelesaikan masalahnya melalui kesepakatan mandiri antara kedua belah pihak, jika tidak berhasil bisa melalui BPSK yang berwenang dalam hal ini bisa melalui prose mediasi, konsiliasi dan arbitrase sampai putusan pengadilan yang bersifat final ketika sudah mengeluarkan keputusan dan apabila dari awal tidak ada iktikad baik dari produsen, konsumen berhak melapor ke pihak kepolisian untuk diproses lebih lanjut.

B. SARAN

Disamping kesadaran kita pribadi masyarakat, dari pihak yang berwenang dalam masalah ini lebih meningkatkan lagi kinerja baik dalam pendampingan hingga putusan akhir nantinya. Dalam berbagai hal, seperti yang terjadi di Aceh badan yang menaungi sengketa konsumen yaitu BPSK hanya berada di satu tempat di Aceh Utara. Sehingga menyulitkan informasi yang tersebar baik di daerah tetangga maupun di provinsi secara keseluruhan. Jikalaupun belum bisa dilakukannya pembentukan BPSK di daerah tingkat II, sebisa mungkin ada

pendampingan khusus dalam mendampingi masyarakat yang khususnya konsumen dalam menyelesaikan sengketa yang sedang ia jalani.



DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Kutipan Buku

- S. Nasution & M. Thomas, *Buku penuntun membuat skripsi*, Bumi Aksara, Jakarta, 2001.
- Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2016.
- Erman Rajagukguk, makalah “Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Era Perdagangan Bebas”. Dalam buku *Hukum Perlindungan Konsumen*, penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, (Bandung: Mandar Maju, 2000).
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Sri Redjeki Hartono, “*aspek-aspek hukum perlindungan konsumen*” dalam buku *Hukum Perlindungan konsumen*. Kompas, 18 Maret 2004, “*Perlindungan terhadap konsumen di Indonesia masih lemah karena dilakukan setengah hati*” kasus-kasus pelanggaran karena produsen yang menjual barang kadaluwarsa misalnya, di pengadilan dianggap sebagai tindak pidana ringan (tipiring) dan hanya di denda Rp 50.000.. Padahal, konsumen keracunan makanan kadaluwarsa bisa beresiko sakit bahkan sampai meninggal.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Diadit Media, 2001).
<https://artikel.kantorhukum-lhs.com/quo-vadis-perlindungan-konsumen-indonesia/>
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011.
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013.

Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta. Sinar Grafika, 2014), hlm.105-107. Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000).

Mariam Darus Badruzaman, "*Perlindungan Terhadap Konsumen dilihat dari sudut perjanjian baku (standar) " dalam BPHN Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, Penerbit: Bina Cipta, Bandung, tahun 1986.*

E. H. Hondius, "*Konsumentenrecht*", 1976 dalam shidarta.

Deborah Healay: "*Guidebook to Australian Trade Practices Law*". Dalam Trade Practice Act. 1974 Consumers (sec. 4B).

The Consumer Protection Act of India No. 68 of 1986 Pasal 2d (i) dan (ii).

Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali pers, 2004).

Gunawan widjaja dan ahmad yani, "*Hukum tentang perlindungan konsumen*" Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta tahun 2003.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Grasindo 2000),

Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-Commerce* (Jakarta: Alex Media computendo, 2000).

Jony Wong. *Internet Marketing for the Beginer*. (Jakarta, Kompas Gramedia, 2010).

Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, (Malang lp. Universitas Muhamadiyah, 2009).

Sarwandy, *Toko Online Modern Dengan Opencart*, PT Elexmedia Komputindo, Jakarta 2010.

Keputusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 103/Pdt.G/1997/PN. Jak-Sel.

Keputusan Pengadilan Negeri Surabaya Nomor/502/Pdt.G/1991/PN.SBY.

Al Wisnubroto, Nugroho As'ad, Nurhasan, "Panduan Sukses Berperkara: Penyelesaian Efektif Sengketa Konsumen", studi banding mengenai lembaga penyelesaian sengketa di tiga negara yakni TTPM Malaysia Small Claim Tribunal Hongkong, dan BPSK Indonesia.

Susanti Adi Nugroho. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana. 2011.

Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001, LN No. 105 Tahun 2001.

Yusuf shofie dan Somi Awan, "Sosok Pengadilan Konsumen Mengungkap Berbagai Persoalan Mendasar BPSK". Penerbit Paramedia Jakarta, 2004.

Aman Sinaga, Makalah "*Peran Dan Fungsi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Upaya Perlindungan Konsumen,*" tahun 2004.

Leo Kanowitz,"*Alternative Dispute Resolution*". Penerbit: St Paul, Minnessota USA West Publishing Co, tahun 1985.

Man Suparman Sastrawidjaja, "*Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*", suatu makalah tidak bertanggal, tahun 2005.

C.S.T. Kansil, "Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, Penerbit: Balai Pustaka, Jakarta, Tahun 1979.

2. Sumber Jurnal Ilmiah

Az. Nasution,"*Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*", Jurnal Teropong, Mei, 2003, Masyarakat Pemantau Peradilan Indonesia.

Fibrianti dan Nurul, "Perlindungan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi", *Jurnal Hukum Acara Perdata*, Vol 1, No 1 (2015) : Januari-Juni 2015.

Jaqnes Delors, "The Future of Free Trade in Europe and The World" Fordham International Law Journal Vol 18 (1995),dalam makalah Erman Rajagukguk.

3. Sumber Penerbitan Online

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/7465/6.%20BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y> diakses 28 april 2018

<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

Rohman, Ainur, 2007, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual-Beli Melalui Internet* (Studi Kasus di Gramedia Toko Buku Online Website www.gramediaonline.com)

Azzuracie, *Hukum Jual Beli Online*, <http://azzuracie.wordpress.com/2013/04/25/hukumjual-beli-online/>, diakses tanggal 07 Mei 2018

<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt52897351a003f/litigasi-dan-alternatif-penyelesaian-sengketa-di-luar-pengadilan/>



DAFTAR LAMPIRAN

Foto Penelitian dengan Bapak Saidil, Selaku Anggota BA Dit Reskrimsus, pada tanggal 14 Januari, Pukul 09:30 WIB di Polda Aceh



**KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH ACEH
DIREKTORAT RISERSE KRIMINAL KHUSUS**

SURAT KETERANGAN


Anggota Sub Direktorat Riserse Kriminal Khusus Polda Aceh dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Jamaluddin
Nim : 140106010
Prodi : Ilmu Hukum
Alamat : Jl. Tgk Chik. Gp. Beurawe, Kota Banda Aceh
Judul Skrips : **Pertanggungjawaban Hukum Bagi Konsumen Yang Menerima Barang Diluar Kesepakatan Jual Beli Online Ditinjau Dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Benar bahwa nama tersebut diatas telah melakukan pengumpulan data dan wawancara di Polda Aceh Bagian Sub Dit Reskrimsus yang berhubungan dengan judul diatas.

Demikianlah surat keterangan ini kami perbuat untuk dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 14 Januari 2021
Anggota Sub Dit Reskrimsus


SAIDIL

