

## TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA TRANSAKSI *ONLINE* BERDASARKAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NO. 8 TAHUN 1999

Devonda Ananta<sup>1</sup>, Findia Leona Putri Gressanda<sup>2</sup>, Elen Aprilliana<sup>3</sup>, Muhammad Fajar Ilham<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Hukum, Universitas Tulungagung

Email: [lycantroph@gmail.com](mailto:lycantroph@gmail.com), [findialeona@gmail.com](mailto:findialeona@gmail.com), [ellensoepatmo@gmail.com](mailto:ellensoepatmo@gmail.com),  
[fajarilham603@gmail.com](mailto:fajarilham603@gmail.com)

### **Abstract**

*In connection with the provisions of the Consumer Protection Act No. 8 of 1999, this journal discusses the extent of consumer protection in making purchases online. Online transaction procedures are different because the internet is used as a medium and there is no need for personal interaction between the seller and the buyer. On the one hand, this is good for shoppers because there are more places to buy what they need, but on the other hand, it presents serious risks for consumers when their rights are not respected. As a consequence, customers must be legally protected while doing online transaction.*

**Keywords:** *Online Purchasing, Consumer Disputes, Consumer Protection Rights*

### **Abstrak**

Berkaitan dengan ketentuan UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, jurnal ini membahas sejauh mana perlindungan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*. Prosedur transaksi *online* berbeda karena internet digunakan sebagai media dan tidak diperlukan interaksi pribadi antara penjual dan pembeli. Di satu sisi, ini bagus untuk pembeli karena ada lebih banyak tempat untuk membeli apa yang mereka butuhkan, tetapi di sisi lain, ini menghadirkan risiko serius bagi konsumen ketika hak mereka tidak dihormati. Sebagai akibatnya, pelanggan harus dilindungi secara hukum saat melakukan transaksi *online*.

**Kata kunci:** *Pembelian Online, Sengketa Konsumen, Hak Perlindungan Konsumen*

## **PENDAHULUAN**

Preferensi konsumen dalam urusan bisnis telah bergeser sebagai akibat dari proliferasi teknologi digital. Mereka yang terbiasa melakukan transaksi bisnis secara tatap muka secara bertahap beradaptasi dengan norma baru, yaitu melakukan transaksi secara *online*. Kesepakatan bisnis sekarang dapat dilakukan dengan cara baru yaitu dengan menggunakan internet dan bentuk komunikasi digital lainnya. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia dan juga di negara-negara lain, berkontribusi pada peningkatan prevalensi transaksi *online* secara umum. Banyak bisnis dan pelanggan saat ini melakukan perdagangan mereka di *web* (Afnesia & Ayunda, 2021).

Faktor-faktor yang menarik pelaku bisnis untuk melakukan transaksi secara *online* melalui internet adalah berkurangnya biaya periklanan, distribusi, dan biaya *overhead* lainnya. Hal ini memungkinkan mereka bertahan dengan investasi awal yang lebih kecil dan

terus mengembangkan perusahaan mereka. Pelanggan tertarik untuk berbelanja *online* karena mereka ditawari banyak keuntungan dan kemudahan ketika mereka melakukannya, seperti pilihan produk yang lebih luas untuk dipilih, dan penghapusan biaya perjalanan yang sangat menguntungkan ketika toko tersebut terletak di tempat yang jauh. Belanja *online* lebih nyaman dan hemat biaya daripada metode belanja tradisional karena konsumen bahkan tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja barang yang mereka butuhkan dan inginkan. Sayangnya, pelanggan dirugikan akibat maraknya adopsi teknologi berbasis internet untuk melakukan transaksi keuangan.

Salah satu kisah sengketa dalam transaksi jual beli *online* yaitu kasus Prajna Satria, dimana hal ini bermula ketika ia menemukan iklan laptop merek Vaio di situs jual beli *online* yang dipasang oleh seorang pelaku usaha. Orang perusahaan yang dihubungi Prajna meminta uang tunai Rp 2.850.000. Setelah transfer dana yang disepakati, pelaku komersial gagal memberikan laptop yang dijanjikan dan tidak dapat dihubungi lagi (Ni Putu Debby Chintya Kirana, 2020).

Ketergantungan perdagangan *online* pada transaksi elektronik telah menyebabkan ketidakseimbangan kekuatan antara pedagang dan pelanggan mereka. Hal ini karena vendor produk dan layanan *online* sering menggunakan perjanjian *boilerplate*, yang menciptakan ketidakseimbangan kekuatan antara pembeli dan penjual (daya tawar yang tidak seimbang). Menindaklanjuti penjelasan di atas, diperlukan adanya kejelasan hukum untuk melindungi konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*. Selain mengedukasi para pelaku korporasi tentang perlunya perlindungan konsumen, hal ini juga akan membantu menumbuhkan perilaku yang lebih jujur dan bertanggung jawab di seluruh komunitas bisnis (Ardiyanto & Saputra, 2022).

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian hukum normatif atau disebut juga dengan pendekatan perundang-undangan digunakan dalam penulisan publikasi ini. Penelitian ini mengkaji suatu masalah hukum dari perspektif peraturan perundang-undangan yang relevan, serta mengevaluasi konsep hukum yang relevan dan mengkaji masalah tersebut dari perspektif konsep hukum yang relevan. Jika dilihat dari sudut pandang normatif, penelitian hukum normatif merupakan metode ilmiah yang dilandasi oleh penalaran ilmiah dan digunakan untuk menemukan

kebenaran. Sifat normatif dari situasi ini meluas lebih jauh dari norma hukum. Tidak semua aturan yang dihasilkan oleh pembuat undang-undang pada posisi yang lebih tinggi dianggap sebagai undang-undang yang konstruktif. Tujuan penelitian hukum adalah untuk menemukan kebenaran tentang koherensi, khususnya apakah aturan hukum itu sesuai dengan norma hukum atau tidak, apakah norma hukum yang memuat kewajiban dan sanksi itu sesuai dengan asas hukum atau tidak, dan apakah perbuatan seseorang itu sesuai atau tidak sesuai dengan norma hukum atau asas hukum.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Tindakan untuk melindungi konsumen harus lebih banyak dilakukan, mengingat situasi keuangan mereka yang genting dan banyaknya kerugian yang mereka alami. Penting untuk diingat bahwa meskipun perlindungan konsumen adalah tujuan mulia, namun tidak boleh mengorbankan kemampuan pelaku usaha untuk mencari nafkah. Guna menyeimbangkan posisi konsumen dan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan jual beli, regulasi yang ditujukan untuk melindungi konsumen harus diikuti dengan regulasi yang melindungi pelaku usaha pula. Semua tindakan yang diambil untuk memastikan keamanan pelanggan di bawah hukum dikenal sebagai perlindungan konsumen.

Posisi pelaku usaha, yang mana mereka lebih memegang pengaruh ekonomi dan politik seperti kekuatan negosiasi dan sikap tawar menawar yang lebih besar daripada konsumen. Maka sangat penting bagi konsumen untuk memiliki akses terhadap dukungan advokasi, perlindungan, dan upaya yang memadai untuk menyelesaikan konflik terkait hak-hak konsumen. Kurangnya kekritisan konsumen terhadap barang/jasa yang diberikan tidak terlepas dari rendahnya tingkat pengetahuan mereka, sedangkan teknologi komunikasi yang terus berkembang memudahkan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan menimbulkan kerugian (Muhamad & Rilvani, 2021).

Ideologi pemerintah di negara berkembang seperti Indonesia cenderung membela kepentingan industri sebagai penentu utama keberhasilan negara, sehingga memperlambat perbaikan mekanisme perlindungan konsumen. Umpan balik dari klien dengan demikian akan selalu dipertimbangkan. Korporasi memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan ekonomi suatu negara, namun ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat membantu pemerintah dan bisnis. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen meliputi peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen baik yang berlaku saat ini maupun yang akan dilaksanakan di kemudian hari. Hal ini menjamin bahwa hak-hak pelanggan akan selalu terlindungi.

### **Posisi Konsumen dalam Transaksi *Online***

Konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah mereka yang melakukan transaksi secara *online* untuk tujuan selain yang bersifat komersial. Kurangnya konfirmasi visual instan atau respon umpan balik pada item yang diminta membangun ambiguitas seputar fitur dan manfaat produk yang diberikan. Kemudahan pelanggan untuk berbelanja *online* dibatasi oleh fakta bahwa mereka tidak dapat memastikan bahwa mereka telah mendapatkan semua informasi yang mereka butuhkan untuk membuat penilaian terhadap suatu barang/jasa dalam pengambilan keputusan atas suatu transaksi. Privasi dan keamanan terkadang tidak dapat dipastikan dan bahaya yang terkait dengan teknologi yang digunakan terutama yang berkaitan dengan kartu kredit dan jenis uang elektronik lainnya. Selain itu, jual beli menempatkan tingkat tanggung jawab yang tidak masuk akal pada pembeli karena sebagian besar pembeli *online* akan membayar penuh sebelum mendapatkan produk, meskipun jaminan hanya untuk pengiriman dan bukan untuk penerimaan. Dengan munculnya urusan bisnis internasional, menyebabkan timbulnya pertanyaan tentang hukum siapa yang harus diikuti. Hak-hak pelanggan lebih mungkin dilanggar saat melakukan bisnis *online* karena tidak adanya koneksi fisik dan kurangnya pengetahuan antara pihak-pihak yang terlibat. Akibatnya, harus ada sistem untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi *online* (Nugroho, 2020).

### **UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Menjamin Hak-Hak Konsumen dalam Melakukan Pembelian Secara *Online***

Ungkapan perlindungan konsumen digunakan untuk mendefinisikan perlindungan hukum yang diberlakukan untuk melindungi individu dari bahaya ketika mereka mencoba untuk mencapai kebutuhan mereka sendiri. Semua upaya untuk memberikan kejelasan hukum dalam rangka melindungi konsumen dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam hal produk dan jasa, perlindungan konsumen mencakup seluruh proses dalam melakukan kegiatan konsumsi. Karena konsumen

berada dalam posisi lemah untuk bernegosiasi, mereka membutuhkan perlindungan hukum yang kuat.

Demi kepentingan konsumen, hukum harus berpihak pada pihak yang kurang kuat dalam bernegosiasi (konsumen). Persaingan global yang semakin meningkat menimbulkan tantangan serius bagi perlindungan hukum konsumen. Konsumen dari berbagai produk dan layanan berada dalam posisi hukum yang genting yang membutuhkan perhatian segera. Barang yang dilindungi tidak terbatas pada benda berwujud tetapi juga termasuk hak tidak berwujud. Artinya, perlindungan hak konsumen menurut undang-undang sama dengan perlindungan konsumen. Istilah perlindungan konsumen umumnya digunakan untuk merujuk pada perlindungan hukum yang ada untuk melindungi hak-hak konsumen. Seorang konsumen memiliki empat (4) perlindungan mendasar menurut hukum:

1. Keamanan Terjamin (*The Right to Safety*)

Pelanggan harus merasa aman menginvestasikan uang mereka pada produk dan layanan yang ditawarkan kepada mereka. Khusus untuk produk dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha dengan tingkat paparan risiko yang tinggi maka kemungkinan penggunaannya tidak akan merugikan pembeli, baik secara fisik maupun emosional.

2. Akses hukum ke data yang relevan (*The Right to Inform*)

Informasi yang akurat harus diberikan kepada pelanggan pada saat produk baru diperkenalkan, apakah informasi itu diberikan secara lisan, melalui berbagai bentuk iklan, atau pada kemasan produk itu sendiri. Tujuannya di sini adalah untuk mencegah konsumen membentuk kesan yang tidak akurat tentang suatu produk atau layanan.

3. Kebebasan untuk memilih jalan sendiri (*The Right to Choose*)

Hak untuk memilih cara menggunakan suatu produk adalah milik konsumen. Ia harus bebas mengambil keputusan untuk membeli atau tidak melakukan pembelian tanpa campur tangan pihak lain.

4. Akses terhadap informasi dan hak untuk didengar berjalan beriringan

Hal ini disebabkan karena pembeli sering tidak puas dengan informasi produk yang ditawarkan oleh pihak penjual.

Seperti yang dijelaskan oleh Mieke Komar Kantaatmadja, pengertian perjanjian jual beli dalam KUH Perdata hanya diperluas dalam perjanjian jual beli yang dilakukan dengan

menggunakan media elektronik *online*. Kontrak penjualan *online* ini didasarkan pada prinsip hukum yang sama yang mendukung bentuk pertukaran komersial yang lebih tradisional, seperti yang diakui oleh hukum perdata. Namun, posisi unggul media dan gawai teknologi membuat perjanjian *online* ini unik. Tidak banyak perbedaan antara melakukan pembelian atau penjualan di dunia nyata dan melakukannya di internet. Sama seperti dalam perdagangan tradisional, ketika dua pihak terlibat dalam pertukaran elektronik atau *online*, mereka masuk dalam perjanjian yang mengikat secara hukum untuk menghasilkan hasil tertentu (Umboh, t.t.).

Dengan menciptakan hak dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pihak yang berkepentingan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tetap berlaku bagi pihak yang melakukan bisnis secara *online*. Niat hukum untuk melindungi konsumen dan mendorong iklim perusahaan yang jujur dan beretika akan menguntungkan baik konsumen maupun perusahaan. Bagian akhir dari delapan perlindungan konsumen dinyatakan dengan bahasa yang sederhana dan dijelaskan secara rinci dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### **Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi *Online***

Apabila pelaku usaha tidak memenuhi tanggung jawabnya maka akan terjadi wanprestasi yang mengakibatkan kerugian konsumen. Orang yang merasa dirugikan akibat kegiatan pelaku usaha tersebut dapat mengajukan tuntutan ganti rugi kepada pengadilan. Pelaku usaha diharapkan memberikan informasi yang akurat. Oleh karena itu jika terdapat ketidakakuratan informasi, maka menjadi tugas pelaku usaha untuk memperbaikinya (Muhamad & Rilvani, 2021).

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau pengadilan di tempat tinggal konsumen biasanya memiliki yurisdiksi atas setiap sengketa hukum yang mungkin timbul. Tergantung kepada pelaku usaha untuk membuktikan gugatan ganti rugi itu mengandung unsur kesalahan. Hal ini karena salah menempatkan beban pembuktian oleh pengadilan dapat membuat pihak yang kalah tidak dapat menunjukkan apa pun yang menjadi haknya, persyaratan yang mengatur beban pembuktian menjadi sangat penting dan berdampak pada apakah tindakan perdata disahkan atau tidak. Siapapun yang mengajukan klaim atas hak dapat menggunakan hal tersebut untuk mendukung klaimnya, atau menggugat hak orang lain dengan memberikan bukti atas klaim yang dibuatnya. Pelaku usaha tetap dapat dimintai

pertanggungjawaban atas perbuatannya selama bertransaksi secara *online*, terutama jika produk yang ditawarkannya berkualitas buruk dan merugikan konsumen (Umboh, t.t.).

Dalam hal terjadi perselisihan yang timbul karena keikutsertaan konsumen dalam suatu transaksi keuangan, maka pelaku usaha dan konsumen akan bermusyawarah untuk menentukan cara penyelesaiannya, dengan penyelesaian baik berupa penggantian barang atau pengembalian uang pada pembeli yang merupakan tindakan yang paling umum. Namun, jika pembahasan tidak menghasilkan mufakat yang diharapkan, BPSK akan mengeluarkan keputusan secara tertulis selambat-lambatnya 21 hari kerja setelah permohonan diterima oleh sekretariat BPSK (Muhamad & Rilvani, 2021).

### **Hak Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa pada Kasus Transaksi *Online***

Karena semua transaksi dilakukan secara digital melalui internet, tidak ada kontak tatap muka antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi komersial yang dilakukan secara *online*, kontraknya berbentuk kontrak elektronik. Setelah syarat-syaratnya dilaksanakan dengan cara yang disetujui oleh pelanggan dan pelaku usaha, hubungan di antara mereka berakhir secara hukum. Namun, masalah dapat muncul jika kontrak elektronik direalisasikan dengan cara yang tidak tepat. Satu atau kedua pihak dalam transaksi komersial dengan pelanggan mungkin menjadi tidak puas, yang menyebabkan perselisihan pelanggan. Menurut Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan segala sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan gugatan ke pengadilan apabila pelaku usaha menolak, tidak menanggapi, atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen (Pradnyaswari & Westra, 2020).

Undang-undang menetapkan hal ini dalam Pasal 45 Bagian 1. Pelanggan memiliki hak untuk mencari ganti rugi dari perusahaan yang melanggar pedoman ini, dan mereka memiliki opsi untuk memilih bagaimana menyelesaikan setiap perselisihan yang timbul berdasarkan Pasal 45 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pengadilan biasa dan badan khusus merupakan dua tempat penanganan sengketa konsumen berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Selain mengupayakan penyelesaian masalah konsumen melalui pengadilan dan alternatif penyelesaian sengketa, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen juga memberikan pilihan kepada pihak yang berselisih untuk menempuh penyelesaian konflik secara damai. Kedamaian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, akan tercapai apabila para pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) dapat menyelesaikan perbedaannya secara musyawarah, tanpa melalui jalur hukum atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, dan dengan cara yang tidak melanggar ketentuan undang-undang itu. Penyelesaian yang dinegosiasikan adalah keadaan dimana semua pihak senang dengan syarat dan kondisi yang disepakati bersama.

## KESIMPULAN

Dalam jurnal ini, konsumen merujuk secara eksklusif kepada mereka yang melakukan pembelian untuk penggunaan pribadi, non-penjualan kembali, dan menggunakan sarana elektronik. Karena pelanggan memiliki sedikit pengaruh dalam pembelian *online*, hak mereka sering disalahgunakan. Hal ini disebabkan konsumen dan pelaku perusahaan jarang sekali bertemu langsung saat bertransaksi melalui internet. Membeli dan menjual secara online tidak jauh berbeda dengan transaksi yang dilakukan di pasar tradisional. Mendapatkan perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen adalah sama, karena hak tersebut diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Prosedur penyelesaian pengaduan konsumen diterapkan untuk memberikan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran hak mereka sehubungan dengan transaksi *online*. Masalah konsumen dengan pelaku usaha dapat diselesaikan di pengadilan atau melalui alternatif penyelesaian sengketa, sesuai UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnesia, U., & Ayunda, R. (2021). Perlindungan Data Diri Peminjam Dalam Transaksi Pinjaman *Online*: Kajian Perspektif Perlindungan Konsumen Di Indonesia. 4.
- Ardiyanto, A., & Saputra, A. (2022). Analisis Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Shopee. *Jurnal Meta-Yuridis*, 5(2), 93–104. <https://doi.org/10.26877/m-y.v5i2.12796>
- Muhamad, L. F., & Rilvani, E. (2021). Systematic Review: Perlindungan Konsumen Transaksi *Online*. *SMART Management Journal*, 1(2), 40–46. <https://doi.org/10.53990/smj.v2i1.8>
- Ni Putu Debby Chintya Kirana. (2020). Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Instagram.

- Nugroho, H. (2020). Perlindungan Hukum bagi Para Pihak dalam Transaksi Pinjaman *Online*. *Jurnal Hukum Positum*, 5(1), 32. <https://doi.org/10.35706/positum.v5i1.3482>
- Pemerintah Indonesia. 1999. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Sekretariat Negara. Jakarta
- Pradnyaswari, I. A. E., & Westra, I. K. (2020). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa E-Commerce. 8(5).
- Umboh, G. S. (t.t.). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi *Online*. 1.