



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 9644-9658

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Jual Beli *On Line* Dan Dampak Yang Ditimbulkan Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dwi Atmoko<sup>1✉</sup>, Noviriska<sup>2</sup>

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: [dwi.atmoko@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:dwi.atmoko@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Pada masa pandemi *Covid - 19* perkembangan transaksi bisnis di Indonesia mengalami perubahan, terutama cara bertransaksi . Perubahan teknologi memberikan terobosan yaitu jaringan internet dalam skala global. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam berbelanja *online* melalui fitur *Marketplace* pada aplikasi social E-commerce yaitu *Facebook*. Dalam transaksi melalui marketplace memberikan efek negatif yang dapat merugikan bagi pihak konsumen, yang dimana cenderung tidak adanya perlindungan hukum. Pada dasarnya kewajiban dari seorang pelaku usaha menurut pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 menjunjung tinggi beritikad baik dan memberikan informasi yang benar dan jelas dalam melakukan kegiatan usahanya. Maka adanya perlindungan hukum terhadap konsumen memberikan jaminan dan memfasilitas untuk menuntut kerugian dalam melakukan transaksi jual beli secara langsung. Metode Penelitian ini adalah bahwa dalam sengketa penelitian yuridis normative dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*). Hasil Penelitian ini juga menjelaskan bahwa dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam social *e-commerce*.

Kata Kunci : *Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi Jual Beli*

## Abstract

During the Covid-19 pandemic, the development of business transactions in Indonesia experienced changes, especially the method of transactions. Technological changes provide breakthroughs, namely internet networks on a global scale. The problem studied in this research aims to examine forms of legal protection for consumers when shopping online through the Marketplace feature on the social E-commerce application, namely Facebook. Transactions via the marketplace have negative effects that can be detrimental to consumers, who tend to lack legal protection. Basically, the obligations of a business actor according to article 7 of the Consumer Protection Law no. 8 of 1999 upholds good faith and provides correct and clear information in carrying out its business activities. So the existence of legal protection for consumers provides guarantees and facilities to claim losses when carrying out direct buying and selling transactions. This research method is that in normative juridical research disputes using a statutory approach, a conceptual approach, and a case approach. The results of this research also explain that in disputes between consumers and business actors during This regulation used to protect consumer rights is Law Number. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, but this law does not specifically regulate consumer rights in social e-commerce.

Keyword: *Legal Protection, Consumers, Buying and Selling Transactions*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era globalisasi ini penggunaan media telekomunikasi dan teknologi informasi pada masa pandemi *covid-19* menempati kedudukan yang penting dalam memudahkan proses transaksi dalam dunia perdagangan (Roliansyah, 2022). Menurut Jack Febrian mengatakan bahwa setiap perkembangan teknologi baik teknologi informasi dan telekomunikasi tentu mempunyai penerus generasi selanjutnya, dan perlu dengan adanya teknologi akan melahirkan peradaban zaman inovasi yang dinamakan kolaborasi. Setiap generasi yang akan datang tentu sangat diperlukan proses revolusi dengan menggunakan alat komunikasi yang dinamakan teknologi komputer atau melalui teknologi digital melalui *mobile* (Smartphone) (Fantini & Tamba, 2020). Setiap inovasi memberikan terobosan dikenal dengan *Internetconnection Network Of Computer Nertworks* atau disebut jaringan internet dan komputer dalam skala global.

Salah satunya yaitu jual beli melalui online sekarang ini (*Sosial E-commerce*). Menurut Debjano Nag dan Kamlesh K. Bajaj, *e-commerce* adalah suatu upaya pertukaran informasi dalam bidang usaha tanpa perlu memakai kertas, tetapi sebagai gantinya kegiatan ini menggunakan media seperti *Electronic Mail, Electronic, Electronic Data Interchange*, dan melalui jaringan internet lainnya.

Pengertian selanjutnya mengenai *E-Commerce* dipihak pelaku usaha dapat diartikan sebuah penuh semangat yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memperbaiki

segi ekonomi terbenam akibat penurunan hasil pendapatan, pelaku usaha dengan penuh dinamis mengevaluasi secara cepat dengan mengikuti jaman era digital (Novitasari, 2022). Selanjutnya pengertian Pelaku usaha yang bekerjasama yang dinamakan *seller* melalui perantara untuk di dagangkan kembali, dan melakukan kerjasama dengan manufaktur atau perusahaan dengan terhubung secara mudah melalui jaringan internet *computer* atau melalui *mobile* smartphone yang ada dengan mudah untuk terkoneksi oleh pelaku usaha. Pengguna aplikasi khusus untuk perdagangan elektronik atau disebut *e-commerce* tentu sudah disiapkan untuk pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas dalam jual beli, Seperti contohnya dari aplikasi *Facebook* dan kini berganti nama menjadi Meta Platform dalam pengertiannya adalah sebuah situs platform yang dimana memberikan layanan jejaring sosial dimana para penggunanya bisa membagikan seperti video, foto, pengalaman pribadi, bisnis serta memberikan berkreasi didalam media sosial (Rerung, 2018).

Didalam permasalahan hukum terutama transaksi jual beli online tentunya Negara Indonesia merupakan negara hukum "*Rechtsstaat*" yang dimana sebelumnya tercantum dalam penjelesan Undang-Undang Dasar 1945, dirumuskan dengan tegas dalam Pasal 1 ayat (3) yang menyatakan, "Negara Indonesia adalah negara hukum" tersebut tentunya berlandaskan pada Undang-undang serta mempunyai landasan pokok pada negara hukum yaitu "*The Rule Of Law, Not Of Man*" yang dimana pemerintahan mempunyai landasan yaitu hukum harus ditegakan, bukan aturan dari manusia yang harus bertidak sebagai "*Squid game*" dari skenario sistem yang mengaturnya. Masalah konsumen merupakan hal yang selalu hangat diperbicangkan dikalangan masyarakat selalu aktual tentunya sangat menarik perhatian dikalangan masyarakat. Permasalahan konsumen selalu dipersoalkan dan tentunya tertuju untuk diperdebatkan. Didalam permasalahan tersebut tentunya mempunyai alasan dalam sebuah permasalahan. Salah satunya fakta sosial dikalangan konsumen bahwa adanya pelaku usaha dapat dikatakan buatan manusia yang tentu berkaitan dengan kesehatan seseorang, perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab pada nyatanya tidak terlepas dari unsur diluar kesehatan yang ada dan menjadi penyakit dikalangan Masyarakat (Apriani, Zubaedah, & Atsar, 2020). Dalam permasalahan tersebut konsumen selalu berkaitan dengan isu konsumen yang dimana dilihat dari nilai-nilai keagamaan setiap manusia. Dalam Pasal 4 Huruf C Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa hak setiap konsumen mempertimbangkan sesuai dengan pedoman Undang-undang yang berlaku yaitu hak atas informasi yang valid, jujur dengan membuktikan dalilnya mengenai kondisi yang terjadi mengenai produk jaminan barang dan atau jasa (Nomor, 8AD). Transaksi jual beli *online* permasalahan hukum sangat muncul dengan kondisi jarak antara penjual dan pembeli

yang sangat relatif jauh bahkan ada didalam yurisdiksi hukum yang berbeda, bahwa dapat disimpulkan kalangan masyarakat dalam transaksi jual beli *online* tidak mengetahui lokasi penjual, tidak bisa memperjuangkan hak sebagai konsumen yang ingin mendapatkan kompensasi serta ganti rugi karena antara berbeda negara (Barkatullah, 2019).

Kemudian berikutnya permasalahan hukum kembali terjadi pada transaksi jual beli *online* setelah barang yang diterima oleh pihak pembeli, adanya unsur melanggar perbuatan hukum seperti merugikan pihak konsumen yang penjual beralih bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah diunggah melalui media elektronik dan adanya unsur penipuan. Karena sudah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak dari konsumen, sehingga konsumen dalam menjalankan transaksi *online* akan mendapatkan hak-haknya dan tidak dapat kerugian yang dikarenakan pelaku usaha yang berbuat tidak baik.

Nuansa kejujuran dan itikad baik memiliki nilai yang sangat tinggi dan wajib dalam kontrak elektronik dan tidak dapat dipisahkan dari asas itikad dari asas itikad baik tertuang dalam ketentuan pasal 1338 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata atau disebut KUHPerdata, menyebutkan bahwa "Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Secara tegas asas ini mewajibkan para pihak dalam membuat perjanjian yang berlandaskan pada itikad baik dan kepatutan yang memiliki pengertian pembuatan perjanjian antara para pihak harus didasarkan pada nilai kejujuran untuk mencapai suatu tujuan bersama dalam kehidupan bermasyarakat.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian yang meliputi jenis penelitian, yang bersifat kualitatif dengan pendekatan kepustakaan dan di tunjang dengan pendekatan terhadap fenomena-fenomena yang berkembang di dalam masyarakat serta sumber bahan hukum lainnya sehingga penelitian ini menghasilkan seperti apa yang diharapkan dan berguna dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Selanjutnya dalam bentuk perlidungan hukum terhadap masyarakat mempunyai banyak dimensi salah satunya yaitu perlidungan hukum. Adanya gesekan antara kepentingan individu (Masyarakat) dengan melakukan peminimalan sesuai dengan kehadiran hukum dalam masyarakat. Dalam Perlindungan hukum dikalangan masyarakat sangat terekpos, tentunya negara Indonesia merupakan negara hukum "*Rechtsstaat*" yang tercantum dalam penjelasan Undang-Undang Dasar 1945, Dirumuskan dengan tegas dalam pasal 1 ayat (3)

yang menyatakan, bahwa " Negara Indonesia adalah negara hukum" dan mempunyai prinsip dan mempunyai landasan hukum harus ditegakan, bukan sebagai orang perorang yang harus bertindak sebagai " *Squid Game*" dari sistem mengaturnya. Philipus M. Hadjon Berpendapat bahwa, perlindungan hukum yaitu sebagai presisi memberikan bentuk tindakan ketelitian dalam melindungi kepada subjek hukum melalui perangkat-perangkat hukum yang ada. Bila dilihat dari pengertian perlindungan hukum diatas, maka dapat diketahui unsur-unsur dari perlindungan hukum, yaitu : Subjek yang melindungi, obyek yang akan dilindungi alat, instrument maupun upaya yang digunakan untuk tercapainya perlindungan tersebut Menurut pasal 1 angka 1 UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa "Perlindungan Konsumen adalah "segala upaya yang menjamin hak-hak setiap orang dan adanya jaminan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen" Kalimat yang menyatakan "Segala upaya yang menjamin adanya kepastian Hukum. Faktanya, tidak semua orang memiliki pengalaman transaksi jual beli. Hal inilah yang menyebabkan banyak kasus kecurangan dalam tran- saksi jual beli karena salah satu pihak (konsumen) sering dirugikan sebab minimnya pengetahuan terkait produk maupun transaksi yang dilakukan (Dwi Atmoko, MH, & SH, 2022).

Bahwa setiap pelaku usaha tentu mencari keuntungan harus memperhatikan aspek ekonomi dan kebijakan pada kaidah-kaidah hukum yang berlaku sebagai norma/aturan dalam menjalankan usaha, sehingga seorang pelaku usaha yang berpegang teguh kepada hukum transaksi jual beli secara *online*, maka pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga akan mendukung dan menguntungkan pihak konsumen karena pelaku ini menyadari bahwa dirinya mempunyai posisi dominan dibandingkan konsumen.Pelaku usaha tidak melakukan penimbunan barang yang dimaksud untuk mendapatkan keuntungan yang besar yaitu ketika globalisasi menjadi berubah dan langka dipasar, permintaan menaik maka seorang otomatis harga menjadi tinggi, sehingga pelaku usaha dapat mengambil keuntungan yang lebih banyak didapatkan (Farid, Lubis, & Wajdi, 2014).

Adapun hak yang secara eksplisit dituangkan dalam Pasal UUPK Dalam menawarkan Produknya, Pelaku usaha diwajibkan untuk secara terbuka sebagai berikut;

1. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen harus disertai informasi yang valid, tidak disesatkan yang sifatnya mendasar dalam segi kualitas produk (Asli, imitasi, baru, bekas jenis produk dan ukuran) disamping informasi-informasi lain yang relevan seperti keunggulan produk. Adnya informasi lengkap sangat membantu pihak konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Berdasarkan hasil penelitian untuk pelaku usaha di Indonesia dalam mengiklankan produk dan mendeskripsikan

produk sangat minim informasi dan melakukan manipulasi data, hanya menyebutkan harga dan penjelasan singkat mengenai produk, yang akan menimbulkan konflik perdebatan antara masyarakat/Pembeli.

2. Hak memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau dipergunakan.
3. Memberi jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diiklankan oleh pelaku usaha.
4. Informasi produk mengenai produk harus diberikan melalui Bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran lain dalam hal ini menuntut konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha bahasanya dapat dimengerti.

Untuk suatu definisi pengertian konsumen menggunakan sistem *COD* tentu mengikuti aturan yang berlaku dalam belanja *online*. Seperti berdasarkan terjemahan bebas yang dikutip dari *Cambridge Dictionary* dapat menitikberatkan pada kenyamanan dan juga keamanan dari ancaman bahaya sebagai berikut; *pertama*, Sebuah metode bisnis. *Kedua*, Pihak penjual akan mengirimkan barang kepada pihak pembeli. *Ketiga*, untuk pembayaran akan dilakukan saat barang diserahkan kepada pembeli. Sedangkan, definisi lain dari *COD* adalah penjual dan pembeli bersepakat untuk melakukan transaksi di suatu tempat dan pembayaran dilakukan pada saat penjual dan pembeli bertemu di tempat yang disepakati.

Fenomena yang terjadi sekarang ini, transaksi jual beli *online* dengan metode pembayaran *COD* menimbulkan banyak permasalahan yang bermuara kepada kurir. Apalagi kurir hanya berstatus yang diisitilahkan sebagai mitra tanpa adanya kontrak kerja/hubungan kerja formal. Perusahaan ekspedisi mewajibkan kurir untuk mengganti ongkos kirim dan harga barang yang tidak mau dibayar oleh pembeli, konsekuensi apabila tidak dibayar maka untuk selanjutnya kurir tidak dapat melakukan pekerjaannya. Revolusi dalam pertumbuhan bisnis dan ekonomi mendapatkan dampak pembangunan dengan penapaian pertumbuhan ekonomi semaksimal mungkin, sehingga orientasi kegiatan terarah kepada mekanisme pasar dan optimalisasi pemanfaatan capital. Seperti diketahui iklan merupakan salah satu sarana fasilitas diberikan dalam aspek pemasaran. Dalam pemasaran menggunakan iklan tentu sangat banyak dipergunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan aneka produk yang dihasilkannya kepihak Konsumen. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan apabila dari tahun ketahun *budget* yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk beriklan semakin bertambah besar jumlahnya menggunakan jasanya (Simanjuntak, 2020). Dalam sector bisni yang dilakukan oleh pelaku usaha menggunakan jasa iklan dapat tergambar pada David Oughnton dan John Lowry mengakui bahwa dengan adanya media. iklan, pelaku usaha melakukan pendekatan lebih kepihak konsumen, dengan menghasilkan beraneka ragam produk dengan keinginan

oleh pihak konsumen

Pada dasarnya peranan perkembangan hukum dalam konteks ilmu pengetahuan dan teknologi menghasilkan suatu ekonomi dan bisnis dipergunakan untuk masyarakat baik penjual/pembeli. Terkait dengan hal ini, pelaku usaha dan konsumen tentu tidak mendominasi pasar, selama konsumen masih memiliki hak untuk produk mana yang menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada pelaku usaha yang mampu menetapkan harga berlebihan atau menawarkan produk dengan kualitas rendah, selama masih ada produsen lain dan konsumen akan pindah kepada konsumen tersebut (Rosmawati, 2017). Dalam perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki payung hukum yang telah ditetapkan pada aturan hukum yang berlaku dan pasti, Perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimis. Adapun yang dimaksud dengan Perlindungan Menurut Pasal 1 Ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

Perlindungan Konsumen adalah bentuk perlindungan dari produk hukum segala upaya yang menjamin hak-hak konsumen dalam bentuk kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Artinya, Pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam hal perlindungan terhadap hak-hak dan kepentingannya.

UUPK membuat rumusan tentang perlindungan konsumen cukup di mengerti dan di pahami oleh masyarakat karena susunan kalimat yang mudah dipahami dan mencakup besar hal tentang jaminan perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen merupakan bagian cukup krusial yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan peran penting pemerintah, tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada diposisi yang lemah. Penyalahgunaan posisi monopolitis menyebabkan pelaku usaha membuat jenis produk yang terbatas dengan melakukan iklan tidak sesuai dengan aturan yang berlaku dan kejujuran terhadap produk yang dipromosikan (Hamid & SH, 2017).

Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan konsumen hakikatnya ada keterkaitan yaitu sama dan tidak perlu dibedakan satu dengan yang lainnya (Kristiyanti, 2022). Karena keduanya memiliki arti dan kesamaan satu sama lain, hal ini bertujuan untuk memberikan pengaturan hubungan yang seimbang pelaku usaha dan konsumen itu sendiri supaya hak-haknya konsumen terlindungi tanpa harus melupakan kewajibannya. Berbicara mengenai undang-undang, harus diketahui bahwa undang-undang mempunyai asas yang tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman dasar terhadap suatu peraturan tersebut (Sinaga, 2018). Yang melahirkan sebuah aturan hukum dari satu asas hukum dapat menghasilkan lebih

dari satu norma hukum hingga tak terhingga norma dan aturan hukum.

Menurut Bellefroid mengatakan, kedudukan hukum pelaku usaha dengan konsumen tidak terlepas dari adanya aturan mengenai keselarasan hukum yang terjadi antara para pihak. Secara umum hubungan-hubungan memiliki sifat publik dan privat dilandaskan dengan prinsip asas kebebasan, persamaan dan solidaritas. Dengan adanya prinsip asas kebebasan subjek hukum bebas melakukan apa yang diinginkannya dengan dibatasi oleh keinginan orang lain dan memelihara akan ketertiban sosial (Muthiah, 2018).

Asas hukum mempunyai makna ibarat Hati peraturan hukum atas dasar dua alasan yaitu, asas hukum memiliki landasan yang cukup luas bagi lahirnya suatu produk hukum. Ini berarti bahwa mekanisme peraturan-peraturan hukum itu dapat dikembalikan kepada asas-asas hukum. Pengertian kedua, dapat disimpulkan asas hukum mengandung tuntutan etis, maka asas hukum diibaratkan sebagai pondasi jembatan antara peraturan-peraturan hukum dengan menerapkan cita-cita social dan pandangan etis dalam masyarakat.<sup>35</sup>

Asas yang menjadi pedoman bagi UUPK No. 8 Tahun 1999 dalam Pasal 2 yang berisi "Perlindungan konsumen berasaskan keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan dan kepastian hukum". Yang merupakan asas dari perlindungan konsumen adalah sebagai berikut;

1. Mendapatkan Keadilan yang dimana adil dalam pelaku usaha, belum tentu adil untuk konsumen
2. Mendapatkan asas keseimbangan setiap produk hukum perjanjian yang merasa dirugikan oleh pihak konsumen atau pelaku usaha haknya harus terlindungi dengan cara menanggung akibat/konsekuensi jika melakukan wanprestasi
3. Mencapai asas manfaat segala sesuatu upaya penyelenggaraan harus memberikan manfaat sebesar-besar untuk kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan
4. Mendapatkan keamanan dan keselamatan konsumen untuk memberikan jaminan atas keamaan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan suatu barang/jasa yang dipergunakan.
5. Mendapatkan Kepastian Hukum pelaku usaha atau konsumen menaati hukum yang berlaku dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Tujuan UUPK No.8 Tahun 1999 dibuat merupakan sasaran akhir yang tentu harus dicapai dalam pelaksanaannya dibidang hukum Perlindungan terhadap konsumen (Azwir, 2018). Dalam Pasal 3, disebutkan bahwa tujuan Perlindungan konsumen pada UUPK Pada pasal 3 sebagai berikut;

1. Memberikan sistem perlindungan terhadap konsumen dalam kepastian hukum

- dan adanya sarana transparansi dan kejujuran pada informasi produk dan akses untuk mendapatkan sebuah informasi
2. Memberikan harkat dan martabat konsumen dan menghindari informasi kurang actual pada pemakaian barang dan/atau jasa
  3. Memberikan kepercayaan, kesadaran, kemampuan dan kemandirian kepada konsumen untuk melindungi diri
  4. Memberikan atas memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
  5. Memberikan kesadaran terhadap pelaku usaha mengenai pentingnya Perlindungan konsumen sehingga tumbuh bersama sama dalam sikap jujur pada kualitas barang/jasa (kenyamanan, keamanan, keselamatan konsumen) dan bertanggung jawab dalam melakukan berusaha.

Berdasarkan UU NO. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bukanlah kata baru dalam literature kepustakaan. Pada hakikatnya setiap masyarakat (Individu) dalam menjalankan aktifitas kesehariannya adalah konsumen. Hanya dalam kedudukan sebagai konsumen seseorang tidaklah menyadari akan hak dan kewajiban yang melekat pada dirinya sebagai konsumen. UUPK ini terasa membawa angin perubahan yang sangat diharapkan akan menjadi argumentasi hukum ketika perdebatan-perdebatan konsumen tampak dipermukaan. UU ini sebenarnya juga memberikan suatu posisi tawar-menawar bagi konsumen sekaligus menciptakan aturan main yang *fair* bagi semua Pihak. Konsumen dapat dikatakan bahwa setiap pengguna baik barang/jasa yang telah disediakan oleh pelaku usaha untuk kepentingan masyarakat dalam melakukan transaksi untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan mulai dari bayi hingga pada manula rakyat atau masyarakat (Asmadi, 2018).

Kemudian seiringnya terjadi pelanggaran terhadap masalah perlindungan konsumen dan UUPK dikarenakan salah satunya adalah ketidaktahuan konsumen atau pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka. Walaupun dalam UUPK hal itu diatur dalam UUPK, tetapi kenyataannya tidak sedikit masyarakat yang belum pernah membaca dan mengetahui tentang keberadaan dari UUPK itu sendiri. Maka dari itu penulisan ini buat untuk mengetahui bagi konsumen hak dan kewajiban mereka dalam aktifitas ekonomi yang dilakukannya. Menurut kajian hukum umumnya yang dimaksud hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh produk hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Pada hakikatnya kepentingan ini mengandung unsur kekuasaan yang dijamin dan lindungi oleh produk hukum dalam melaksanakannya. Berikut ini adalah hak yang terkait dengan hubungan hukum perlindungan konsumen yaitu;

1. Dari kodrat manusia sebagai manusia yang diciptakan oleh Maha Pencipta disebut Hak Asasi yang dimana, manusia mempunyai sejumlah hak sebagai manusia dan untuk mempertahankan kemanusiaannya, misalnya hak hidup, dan kebebasan yang berhubungan dengan sifat manusia.
2. Hak dari lahir dari hukum, yaitu hak hukum atau hak dalam artian yuridis, yaitu hak-hak yang diberikan oleh produk hukum yang telah dibuat oleh negara kepada manusia dalam kedudukannya sebagai warga negara seperti untuk memberikan hak suara, hak untuk memberi keterangan/pengakuan dalam status hukum dan lainnya yang berhubungan dengan hukum.
3. Hak dari lahir dari hubungan antara satu dengan orang lainnya melalui sebuah perjanjian dalam transaksi jual beli, seperti seseorang membeli produk melalui

Dengan adanya kewajiban konsumen mengikuti petunjuk/aturan informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Keselamatan merupakan hal yang penting yang perlu diatur, karena sering pelaku usaha menyampaikan peringatan secara jelas pada suatu produk, tetapi konsumen tidak membaca peringatan secara yang telah disampaikan kepadanya. Tetapi dalam prakteknya pelaku usaha tetap ada saja yang merugikan konsumen demi menguntungkannya. Maka adanya UUPK ini membawa perubahan lebih baik lagi dalam segi keamanan dan keselamatannya dengan mempertimbangkan membaca secara jelas dan teliti yang telah disampaikan nya melalui iklan atau produk yang dipromosikannya. Dengan adanya pengaturan ini maka memberikan konsekuensi jika pelaku usaha tidak bertanggung jawab apabila konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan pembelian barang atau jasa. Dapat disimpulkan bahwa UUPK Pelaku usaha tampak mengedepankan bahwa itkad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dikemas atau diproduksi sampai pada akhirnya pada tahap sempurna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena kemungkinan terjadi kerugian bagi konsumen sejak barang dikemas atau diproduksi oleh pelaku usaha, sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai saat melakukan pada saat transaksi dengan produsen.

Sebagaimana telah diuraikan dalam penjelasan jual beli, dapat diketahui bahwa jual beli merupakan satu bentuk dari perjanjian. Maka syarat-syarat sahnya suatu perjanjian tercantum

pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yaitu pada pasal 1320, yang dimana sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Dalam pasal 1320 KUHPerdata tersebut diatas, ditetapkan sebagai syarat-syarat untuk suatu perjanjian yang sah adanya suatu sebab yang halal. Dengan sebab (Bahasa Latin *causa*) ini dimaksud tiada lain pada isi perjanjian. Hukum pada dasarnya tidak menghiraukan apa yang berada dalam gagasan seorang apa yang dicita-citakan seseorang, yang diperhatikan oleh hukum atau Undang-undang hanyalah tindakan orang-orang dalam masyarakat. Dapat disimpulkan, yang dimaksud dengan sebab atau *Causa* dari suatu perjanjian adalah isi perjanjian itu sendiri seperti halnya dalam perjanjian jual beli isinya adalah satu pihak menghendaki uang.

Selanjutnya mengenai proteksi secara hukum yang dialokasikan terhadap hak konsumen dalam menyapaikan berpendapat saat dirugikan pihak konsumen dalam bentuk iklan dalam suatu produk barang/jasa di media sosial diatur dalam UUPK yakni hak untuk mendapatkan informasi yang sesuai fakta, jelas dan benar terkait lainnya adalah hal yang utamass. Hal ini tentu bertujuan agar didapkannya sebuah gambaran yang faktual oleh konsumen terhadap suatu produk, guna mengurangi terjadinya kerugian yang disebabkan baik dari keadaan, kualitas, maupun pemakaian barang/jasa tersebut dan tidak terjebak pada kondisi yang berdampak tidak baik yang memberikan informasi yang mungkin dapat terjadi. UUPK tidak membatasi apabila selain pelaku usaha, konsumen bisa juga memberikan informasi secara utuh dengan masyarakat lain. Tentu saja dengan berdasarkan pada kebenaran informasi produk, aturan hukum yang berlaku yang dilaksanakan untuk kepentingan umum, tidak menjatuhkan suatu pihak

Dalam pembukaan di alinea keempat pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia pada tahun 1945 bahwa Indonesia merupakan konstitusi yang menjadi landasan dan payung hukum dalam setiap perubahan terutama dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia dan menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara hukum artinya dalam segala hal harus berdasarkan hukum bukan kekuasaan, maka dari itu setiap sikap, perilaku dan kebijakan harus berdasarkan undang-undang dan juga ketentuan hukum yang ada, terutama di Indonesia yang harus lebih memperhatikan Pancasila sebagai dasar negara dan filsafah hidup bangsa Indonesia.

Begitu juga dalam suatu negara terdapat beberapa aspek perlindungan hukum, salah

satunya adanya peraturan undang-undang yang memadai, infrastruktur hukum yang memadai, dan juga kualitas dalam putusan hakim pada pengadilan yang menjadi hal terakhir dalam menilai tentang kelayakan atau tidak suatu negara tersebut. Konsumen harus memperoleh peluang untuk mencapai keadilan. Hak-hak perkembangan konsumen harus ada penataan ulang atas hak dan kewajiban, sehingga tercapai keseimbangan daya tawar yang relatif sejajar antara konsumen dan pelaku usaha. Proporsi hak konsumen untuk memperoleh keadilan sering tergerus oleh kekuatan monopoli pelaku usaha. Untuk melawan semua ini, timbul pemikiran yang tujuannya memperkuat hak-hak konsumen. Betapa penting hak konsumen itu, sehingga melahirkan pendapat bahwa hak konsumen merupakan generasi Hak Asasi Manusia, yang harus menjadi kata kunci bagi perkembangan umat manusia di masa yang akan datang. Dalam sektor ekonomi, sudah jelas bahwa adanya pelaku usaha dan konsumen, Pelaku usaha sebagai Pelaku dalam melakukan kegiatan berbisnis dan Konsumen sebagai Pelaku yang memakai barang atau jasa. Maka telah dijelaskan di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang telah mendefinisikan mengenai Pelaku Usaha Dan Konsumen.

Selain itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam menentukan kegiatan berusaha atau berbisnis, salah satunya dari segi sosial, dalam berusaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tentunya mengedepankan segala kompleksitas di era masyarakat di dalam situasi pandemi *covid-19*. Sehingga pada kegiatan berusaha atau berbisnis ini tentu mempunyai target mengejar keuntungan merupakan suatu hal wajar saja sering terjadi, asalkan dalam mengejar keuntungan tersebut tidak sampai merugikan pihak lain atau disebut pihak konsumen. Karenanya menurut penulis dalam mengejar keuntungan tersebut harus ada batasnya, dan juga harus memperhatikan kepentingan dan hak-hak orang lain. Sehingga tidak ada satu pihakpun yang saling dirugikan. Tidak hanya dalam kegiatan berbisnis, hal ini juga sangat erat kaitannya dengan perkembangan ekonomi, seperti diketahui perkembangan ekonomi dalam perkembangan ini semakin membaik dan perlunya efisiensi dalam setiap kegiatan bisnis yang mempengaruhi perkembangan penggunaan perjanjian. Hampir setiap kegiatan yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan orang banyak, pelaku usaha selalu menggunakan perjanjian yang telah dibuat sepihak oleh pelaku usaha, perjanjian ini biasa disebut dengan perjanjian baku.

Selanjutnya Berdasarkan Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 yang didalamnya ada salah satunya asas keamanan dan keselamatan konsumen dan dalam penerapan asas keamanan dan keselamatan konsumen yang dimaksud untuk menjamin atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Dalam hal ini keamanan

dan keselamatan adalah hal yang utama yang harus diperhatikan karena keamanan dan keselamatan konsumen itu sendiri menyangkut tentang kesejahteraan masyarakat juga.

Belakangan ini dalam masa *pandemic covid-19* transaksi online sangat digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan, baik dalam bentuk barang atau jasa, mengingat kegiatan ini sangat mudah dan praktis dalam melakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung, tetapi sekarang dalam era pandemi melakukan serba virtual dan online. Kegiatan transaksi online ini dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi dan memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Masalah kegagalan terjadi dalam pasar tidak hanya berlangsung dalam sistem pasar ekonomi konvensional, tetapi juga merembes ke sektor ekonomi yang digerakan oleh sistem teknologi informasi. Kenyataan bahwa perdagangan secara elektronik ternyata kerap memberikan dampak negatif bagi konsumen, karena e-commerce membuka peluang kepada konsumen untuk melakukan transaksi lintas negara dan tanpa pertemuan fisik. Bentuk transaksi semacam itu juga memberi peluang bagi terciptanya perbedaan jarak hubungan, pengetahuan dan sumber daya antara konsumen dan pelaku usaha.

#### SIMPULAN

Bahwa berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual *online* dalam hal terjadinya ada ketidaksesuaian dalam prosedur transaksi belanja *Online* yang terdapat di dalam *facebook*, yang dimana terdapat pasal 8 UUPK, namun pelaksanaannya penjual melakukan ada ketidaksesuaian pada saat iklan atau pemasaran yang menyebabkan kerugian bagi pihak pembeli. Sehingga pada hal ini menyebabkan kerugian bagi konsumen yang melihat suatu iklan, akan tetapi tidak sesuai dengan faktanya. Oleh sebab seharusnya pemerintah untuk lebih memperketat pengawasan dalam hal iklan melalui *online* dan mengikuti aturan hukum yang berlaku pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 pada khususnya pada transaksi aplikasi *facebook*. Agar hal ini tentu akan menjadi perhatian dalam kalangan masyarakat dan selalu berhati-hati. Kemudian untuk pelaku usaha mampu untuk melakukan tindakan yang bertanggung jawab yang merugikan konsumen. Seperti kita ketahui bahwa UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan jasa harus dihindarkan dari aktifitas perdagangan pelaku usaha. Salah satu bentuk konkret jika konsumen dirugikan dalam melakukan transaksi *Online*, UUPK telah memberikan alternatif ruang untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam transaksi *Online* yaitu melalui pengadilan dan diluar pengadilan. Dalam

penyelesaiannya melalui pengadilan, hal ini tersebut telah diatur dalam pasal 45 ayat (1) UUPK yang mengatur bahwa "Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum" Pasal 45 ayat (2) dan selanjutnya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diatur dalam pasal 47 UUPK.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Rani, Zubaedah, Rahmi, & Atsar, Abdul. (2020). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produksi Pangan Yang Tidak Memenuhi Syarat Keamanan Dan Mutu Pangan Yang Tidak Memiliki Izin Edar*. Lambung Mangkurat University.
- Asmadi, Erwin. (2018). Aspek Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penggunaan Aplikasi Pembayaran Elektronik (Electronic Payment). *Doktrina: Journal Of Law*, 1(2), 90–103.
- Azwir, Muhammad. (2018). *Tinjauan Hukum Islam terhadap Implementasi Aqad Pesanan Barang di Konveksi Kota Banda Aceh (Analisis terhadap UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Barkatullah, Abdul Halim. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis e-commerce di Indonesia*. Nusamedia.
- Dwi Atmoko, S. H., MH, Dr Adhalia Septia Saputri, & SH, M. H. (2022). *HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN*. Literasi Nusantara.
- Fantini, Endah, & Tamba, Rousdy Safari. (2020). Mediamorfosis edukasi informal online melalui platform digital sebagai peluang bisnis baru. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 114–127.
- Farid, Wajdi, Lubis, Suhrawardi K., & Wajdi, Farid. (2014). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hamid, Abd Haris, & SH, M. H. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Vol. 1). SAH MEDIA.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Muthiah, Aulia. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Nomor, Undang Undang. (8AD). *tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- Novitasari, Anindita Trinura. (2022). *Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi*. Deepublish.
- Rerung, Rintho Rante. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Roliansyah, Arhadian. (2022). *ANALISIS PERBANDINGAN TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI MARKETPLACE SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID 19*. UIN Fatmawati Sukarno

Bengkulu.

Rosmawati, S. H. (2017). *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Kencana.

Simanjuntak, Herry Anto. (2020). Jenis Jenis Perbuatan Curang Yang Merugikan Hak Konsumen Dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Justiga*, 2(2), 9–16.

Sinaga, Niru Anita. (2018). Peranan asas-asas hukum perjanjian dalam mewujudkan tujuan perjanjian. *Binamulia Hukum*, 7(2), 107–120.