

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI MELALUI TOKOPEDIA

Dwi Argo Octavianto

Fakultas Hukum, Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang, Indonesia
dwiargooct@gmail.com



Diterima: 9 Agustus 2024 – Diperbaiki: 7 Januari 2025 – Diterima: 3 Juni 2025

Abstract

This research approach uses a descriptive analytical approach which is intended to provide an overview and analysis of the implementation of provisions in regulations which are based on applicable legal provisions. The research location is Tokopedia Semarang consumers. The type of data is primary data. The primary data in this thesis is a number of information or facts about legal protection for consumers in buying and selling on Tokopedia which were directly obtained from interviews with Tokopedia consumers. As a result of the research, information was obtained that legal protection for consumers in buying and selling on Tokopedia, namely legal protection for consumers, is regulated in Articles 4 and 5 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Article 1243 of the Civil Code, Articles 1 (17), 46, 48 of Government Regulations Number 71 of 2019 concerning Implementation of Electronic Systems and Transactions. The legal consequences that arise regarding violations of consumer rights in online buying and selling by Tokopedia refer to Article 62 paragraph (1) of the Consumer Protection Law that business actors who violate consumer rights will be punished with a maximum imprisonment of 5 (five) years or a maximum fine. a lot of IDR 2 billion.

Keywords: *Consumer Protection, Violation of Consumer Rights, Buying and Selling, Tokopedia, Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection*

✉ Alamat korespondensi:

Alamat Institusi: Fakultas Hukum, Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang, Indonesia
Email: dwiargooct@gmail.com

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan dalam berbagai bidang kehidupan dan memegang peranan penting dalam pembangunan nasional. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global yang telah mengakibatkan dunia menjadi tanpa batas dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung semakin cepat.

Pelaksanaan kegiatan perdagangan di masyarakat sekarang ini telah berkembang dengan sangat pesat. Hal ini karena dipengaruhi oleh perkembangan teknologi melalui internet yang disebut juga atau dikenal dengan nama *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang diminati masyarakat adalah Tokopedia. Tokopedia.com merupakan salah satu *e-commerce* terkemuka di Indonesia. Tokopedia.com didirikan pada tanggal 17 Agustus 2009 dengan visi membangun Indonesia lebih baik melalui internet. Tujuan didirikannya Tokopedia.com adalah sebagai sarana pemasaran untuk memasarkan atau mempromosikan produk mereka di media online.

Keadaan seperti ini disatu sisi sangat menguntungkan pihak konsumen, karena lebih mempunyai banyak pilihan dalam mendapatkan barang dan jasa, sehingga tidak hanya memiliki pandangan di daerah dimana dia tinggal saja, tetapi di sisi lain pelanggaran akan hak-hak sebagai konsumen sangat riskan terjadi. Maka sangatlah penting diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi Tokopedia.

Perlu ditekankan, bahwa penjualan online Tokopedia adalah rangkaian set dinamis dari suatu teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang diselenggarakan secara elektronik (Sjahputra, 2019),

Tidak diragukan lagi, teknologi internet Tokopedia berfungsi sebagai ajang promosi strategis yang efektif dan efisien, karena internet dapat menjangkau seluruh yuridiksi hukum negara-negara di dunia yang berlawanan dengan indikator positif itu, adalah sejumlah faktor yang secara terpadu efektif merugikan hak-hak konsumen. Salah satu faktor ini adalah bahwa produk yang dipasarkan tidak layak dikonsumsi konsumen dan tidak pula sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh pelaku usaha, sehingga hak-hak konsumen sering diabaikan oleh mereka. Bagi para pihak yang kurang peka, eksistensi Undang-Undang perlindungan Konsumen sudah dianggap memadai untuk melindungi konsumen yang bertransaksi lewat media internet (Sjahputra, 2020).

Kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengonsumsinya dan atau mempergunakannya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha (Halim, 2020)

Transaksi jual beli secara umum diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata selanjutnya disebut KUHPerdata, tetapi secara khusus transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam KUHPerdata Pasal 1457 jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Berdasarkan rumusan tersebut dapat dilihat bahwa jual beli merupakan suatu bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh pelaku usaha dan penyerahan uang oleh konsumen kepada pelaku usaha.

Pada tahun 2016, Pemerintah Indonesia juga telah menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau biasa disebut (UU ITE) yaitu pembaruan dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini diatur mengenai Transaksi Elektronik dimana salah satunya adalah kegiatan mengenai jual beli dalam media internet. Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) ini yang dimaksud dengan Transaksi Elektronik adalah "perbuatan hukum yang dilakukan melalui komputer atau handphone dapat dikategorikan sebagai suatu Transaksi Elektronik. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut terdapat dalam Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi "pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem Elektronik harus

menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Pasal 1 ayat (2) UU ITE menyebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Sekalipun kontrak elektronik merupakan suatu fenomena baru, tetapi semua negara menerapkan pengaturan hukum kontrak yang telah ada dengan menerapkan asas-asas universal tentang pembuatan suatu perjanjian seperti asas konsensual, asas kebebasan berkontrak, asas itikad baik dan syarat sahnya perjanjian.

Kontrak Elektronik termasuk dalam kategori kontrak tidak bernama yaitu perjanjian-perjanjian yang tidak diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tetapi terdapat dalam masyarakat akan tetapi lahirnya perjanjian tersebut tetap berdasarkan pada kesepakatan atau party otonomi dan berlaku Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Demikian juga tentang syarat sahnya perjanjian Elektronik tetap berlaku Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Kontrak elektronik (*e-contract*) pada umumnya dibuat dalam bentuk kontrak baku (*standard contract*) oleh pihak penjual sehingga pihak pembeli tidak berhak mengubah isi kontrak baku tersebut. Pihak pembeli hanya tinggal membaca isi kontrak baku tersebut, dan jika tidak setuju tidak perlu membubuhkan tandatangan. Kontrak baku (kontrak standar) sudah biasa dilakukan didunia bisniskarena pertimbangan kebutuhan dan kepraktisan. Namun demikian, kontrak baku tersebut tetap tidak boleh bertentangan dengan KUHPerdata dan UU Perlindungan Konsumen (Serfiani, 2019).

Perlindungan konsumen dipandang dari segi secara materil maupun formil dalam KUHPerdata. Di Indonesia ada beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata atau yang disebut Burgerlijk Wetboek terdapat ketentuan untuk melindungi konsumen yang dimulai dari pasal 1365 KUHPerdata. Pada pasal 1365 KUHPerdata Burgerlijk Wetboek (BW) yang menyatakan bahwasanya: Tiap perbuatan melanggar hukum yang menyebabkan kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Agar perusahaan tidak mengalami kerugian kepada pihak konsumen, maka suatu perusahaan memberikan layanan asuransi barang yang akan dikirimkan oleh konsumen tersebut. Asuransi terbentuk dari perjanjian resiko yang akan terjadi didalam perjanjian tersebut dan dipertanggungjawabkan kepada perusahaan. Dalam asuransi, resiko diartikan sebagai ketidak pastian mengenai kerugian, sehingga pengertian resiko mengandung dua konsep, yaitu ketidakpastian dan kerugian. Titik utamanya adalah ketidak pastian (Serfiani, 2019).

Perlindungan konsumen oleh Tokopedia telah diatur dalam peraturan internal Tokopedia. Sebagai bisnis reputasi dan kepercayaan, Tokopedia berkomitmen untuk memberikan hak-hak konsumen dengan memastikan keamanan dan kenyamanan seluruh konsumen Tokopedia dalam berbelanja. Tokopedia telah melakukan upaya untuk melindungi hak konsumen antara lain dengan mengedukasi pembeli dan penjual, menyediakan saluran pelaporan khusus, memberikan sanksi terhadap penjual, dan banyak lagi. Salah satu contoh untuk melindungi hak konsumen dari produk yang palsu, Tokopedia melakukan tronosan dengan membuat *Brand Alliance Program* yang bertujuan untuk menyediakan lebih banyak toko yang menjual produk asli kepada para pembeli dan menciptakan ekosistem pasar yang lebih aman dengan mengakomodasi anggota dengan banyak manfaat dan kesederhanaan dalam memerangi pelanggaran.

Sekarang ini terkadang hak sebagai konsumen sering kali diabaikan oleh pelaku usaha, sehingga perlu kita cermati secara seksama pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak sekali bermunculan berbagai macam produk-produk barang atau jasa pelayanan yang dipasarkan kepada konsumen, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran secara langsung. Jika tidak dicermati dan berhati-hati dalam memilih produk barang yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi obyek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari juga konsumen menerima begitu saja barang yang diterimanya melalui perdagangan dengan media internet.

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian yaitu Tokopedia. Alasan meneliti di Tokopedia adalah karena tingginya mobilitas penjualan di Tokopedia mengingat *e-commerce* ini adalah platform ternama di Indonesia. Selain itu alasan meneliti di Tokopedia karena telah terjadi pelanggaran hak-hak konsumen. Berikut data pelanggan Tokopedia:

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Oleh Tokopedia Tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah Pengunjung
2019	67.900.000
2020	69.800.000
2021	147.800.000

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Data di atas merupakan data pelanggan Tokopedia tahun 2019-2021. Diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah pelanggan. Kondisi ini karena adanya trend gaya beli masyarakat yang beralih secara online, terlebih ketika masa Pandemi yang mengharuskan masyarakat mengurangi tatap langsung kepada masyarakat lain. Tingginya jumlah penjualan Tokopedia tidak serta merta berjalan mulus, terdapat beberapa pelanggaran hak-hak konsumen diantaranya:

Tabel 2. Pelanggaran Hak Konsumen Oleh Tokopedia Tahun 2021

No.	Jenis Pelanggaran	Jumlah Pelanggaran	Sumber
1	Ketidaksesuaian barang	467.000	CNN Indonesia 2022
2	Data konsumen diretas	91.000.000	CNN Indonesia 2022
3	Menjual produk ilegal	25	Detikfinance

Sumber <https://www.CNN Indonesia.com> dan www.detikfinance.com

Berdasarkan data pada tabel 1.1. di atas bahwa pelanggaran hak konsumen diantaranya ketidaksesuaian barang dengan gambar. Selain itu pelanggaran hak konsumen yaitu tidak amannya data konsumen sehingga data mengalami peretasan, bahkan jumlahnya diperkirakan 91 juta akun dan 7 juta akun, tidak lagi 15 juta seperti diberitakan sebelumnya. Padahal di tahun 2019, Tokopedia mengungkapkan bahwa ada sekitar 91 juta akun aktif di platformnya. Artinya hampir semua akun di Tokopedia berhasil diambil datanya oleh peretas. Pelaku menjual data di darkweb berupa user ID, email, nama lengkap, tanggal lahir, jenis kelamin, nomor handphone dan password yang masih ter-hash atau tersandi. Semua dijual dengan harga US\$5.000 atau sekitar Rp74 juta. Bahkan ada 14.999.896 akun Tokopedia yang datanya saat ini bisa didownload. Pelanggaran lain menurut Departemen Perdagangan AS, di Tokopedia merupakan *e-commerce* asal Indonesia yang menjual produk ilegal dari pemalsuan. Selain peretasan, terdapat sejumlah pelanggaran yaitu penjualan produk ilegal yaitu sebanyak 25 produk dan ketidaksesuaian barang sebanyak 467.000.

Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, menunjukkan bahwa Tokopedia belum sepenuhnya mampu menyediakan produk dijamin keasliannya. Tokopedia juga dinilai belum mampu menjaga keamanan data konsumen.

Masalah ini perlu segera dicari solusinya agar hak-hak konsumen tidak dilanggar. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat tema mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui media internet

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma hukum positif. Dalam penelitian ini pendekatan penelitian bersifat deskriptif analitis yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran sekaligus analisis mengenai pelaksanaan ketentuan dalam peraturan yang didasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku (Burhan, 2020). Deskriptif yaitu bahwa penelitian ini dilakukan dengan melukiskan obyek penelitian berdasarkan peraturan perundang-undangan dan bertujuan memberikan gambaran suatu obyek yang menjadi masalah dalam penelitian Lokasi penelitian yang menjadi tempat melaksanakan penelitian dan memperoleh data-data adalah konsumen Tokopedia. Jenis data terdiri dari data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi ialah suatu teknik pemeriksaan data yang menggunakan sesuatu hal yang lain diluar itu demi keperluan pemeriksaan dan perbandingan terhadap data itu (Moloeng, 2019).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Jual Beli di Tokopedia

Berdasarkan hasil penelitian tentang perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli di Tokopedia bahwa bentuk perlindungan hukum terdiri dari: Perlindungan Hukum Dari Sisi Hukum Perdata, Perlindungan Hukum Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam pasal 1365 KUHPerdata menyatakan bahwa, "Tiap-tiap perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian bagi orang lain, mewajibkan orang yang karena kesalahannya menerbitkan atau menimbulkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut". Maksud yang terkandung dalam penjelasan pasal 1365 KUHPerdata tersebut adalah setiap orang yang dalam hal ini adalah pelaku usaha yang dalam menjalankan usahanya melakukan perbuatan hukum dan menimbulkan kerugian bagi pihak lain, maka sudah menjadi baginya untuk memberikan ganti kerugian yang berupa pengembalian uang maupun penggantian produk barang dan/atau jasa yang memiliki nilai tukar sesuai dengan kerugian yang telah diderita oleh konsumen.

Dalam melindungi hak-hak yang menjadi milik konsumen dalam melakukan transaksi *online* merupakan bagian dari ketentuan hukum yang diberikan untuk konsumen agar tidak merugikan konsumen seperti dibuatnya peraturan mengenai Perlindungan Konsumen yaitu UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, ini adalah upaya untuk menjamin bahwa pemerintah menunjukkan rasa kepedulian dan memberikan kepastian hukum dan memberikan perlindungan bagi konsumen dalam mencukupi kebutuhannya sehari-hari dan memberikan rasa aman kepada konsumen karena adanya ketentuan hukum.

Dari Pasal 65 UU Perdagangan ini mewajibkan pelaku usaha dalam perdagangan melalui elektronik atau e-commerce untuk menyediakan informasi secara lengkap dan benar. UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) merupakan dasar hukum utama bagi transaksi perdagangan yang menggunakan media elektronik.

Berkaitan dengan bentuk bentuk perlindungan hukum diatas, maka perlu diketahui tentang prinsip-prinsip tanggung jawab pelaku usaha. Asas-asas umum yang terkandung dalam tanggungjawab pelaku usaha dapat dibebankan, sebagai berikut:

1. Prinsip tanggungjawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability*);
Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha baru dapat dimintai pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Kesalahan disini maksudnya adalah unsur yang bertentangan dengan kepatutan, kesusilaan dan hukum yang berlaku. Prinsip tersebut terkandung dalam Pasal 1365 KUHPerdata yang mengharuskan terpenuhinya 4 (empat) unsur pokok untuk dapat dimintai pertanggungjawaban hukum dalam perbuatan melawan hukum, yaitu:
 - a. adanya perbuatan yang melawan hukum;
 - b. unsur kesalahan
 - c. kerugian yang diderita, dan
 - d. hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.
2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab (*presumption of liability principle*);
Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha/konsumen yang diduga melakukan kesalahan selalu dianggap bertanggungjawab sampai dapat dibuktikan bahwa tidak bersalah. Oleh karena itu, beban pembuktian berada pada pihak yang diduga melakukan kesalahan. Berdasarkan Pasal 22 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, bahwa beban pembuktian berada pada pelaku usaha dalam sengketa yang terjadi dengan konsumen.
3. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab;
Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip yang disebutkan dalam butir kedua diatas. Prinsip ini dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, maksudnya bahwa pelaku usaha tidak selalu harus bertanggungjawab terhadap kerugian yang diderita konsumen, karena mungkin saja konsumen yang melakukan kesalahan.
4. Prinsip tanggungjawab mutlak (*strict liability*);

Prinsip ini menetapkan bahwa suatu tindakan dapat dihukum atas dasar perilaku berbahaya yang merugikan, tanpa mempersoalkan ada tidaknya kesengajaan atau kelalaian. Pada prinsip ini terdapat hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggungjawab dan kesalahan yang diperbuatnya.

5. Prinsip tanggung jawab dengan perbatasan.

Prinsip ini membatasi tanggungjawab dari pelaku usaha terhadap kejadian yang mungkin terjadi, misalnya dalam isi perjanjian disebutkan bahwa pelaku usaha akan mengganti kerugian sebesar 50% (lima puluh persen) apabila terjadi kerugian bagi konsumen ataupun terjadi suatu sengketa dalam pelaksanaan perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen.

Bentuk-bentuk tanggungjawab pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 8 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, antara lain:

1. *Contractual liability*, yaitu tanggungjawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan.
2. *Product liability*, yaitu tanggungjawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban produk tersebut didasarkan pada Perbuatan Melawan Hukum (*tortius liability*). Unsur-unsur dalam *tortius liability* antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.
3. *Professional liability*, tanggungjawab pelaku usaha sebagai pemberi jasa atas kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikan.
4. *Criminal liability*, yaitu pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara. Tanggungjawab dari pelaku usaha terhadap permasalahannya dengan konsumen dibagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu:
 - a. Tanggung jawab atas informasi; Pelaku usaha wajib memberikan informasi atas semua hal yang berkaitan dengan thread kaskus.us yang ditawarkan kepada konsumen, agar konsumen memahami benar dalam penggunaan pembayaran melalui rekening bersama tersebut. Ketentuan umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai isyarat dan ketentuan yang berlaku dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan thread kaskus.us sesuai dengan kebutuhannya.
 - b. *Product Liability*; Tanggungjawab pelaku usaha didasarkan pada pertanggungjawaban produk (*product liability*), yaitu tanggung jawab perdata secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk secara langsung dalam tanggungjawab atas produk juga terdapat pertanggungjawaban yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum (*tortius liability*). Unsur yang terdapat dalam *tortius liability* adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.
 - c. Tanggung jawab atas keamanan; Jaringan transaksi secara elektronik harus memiliki kemampuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Pelaku usaha harus menyediakan jaringan sistem untuk mengontrol keamanan. Sistem keamanan dalam media internet adalah adanya mekanisme yang aman bagi cara pembayaran oleh konsumen pada suatu website. Selanjutnya berdasarkan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat menggunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Undang-Undang ini lebih menitik beratkan pada tanggungjawab dari pelaku usaha dari pada konsumen, maksudnya agar tidak terjadi hal-hal yang dapat merugikan konsumen dan menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen juga tetap memiliki tanggungjawab dalam pelaksanaan suatu kontrak. Itikad baik merupakan dasar tanggungjawab dari masing-masing pihak, selain itu juga konsumen bertanggungjawab untuk menjaga dan mengikuti aturan suatu produk yang dicantumkan dalam label produk tersebut.

Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha pada suatu kontrak jual beli elektronik, antara lain:

1. Pastikan ketentuan atau persyaratan transaksi betul-betul dimengerti dan dapat diakses dengan mudah oleh konsumen;
2. Mewajibkan konsumen untuk membaca ketentuan-ketentuan dalam transaksi sebelum menyatakan persetujuannya;
3. Mencantumkan informasi yang lengkap mengenai identitas pelaku usaha; dan
4. Mencantumkan rincian pembayaran, misalnya mengenai mata uang, biaya pengiriman, cara pembayaran dan tata cara pengiriman.

Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UU No.8/1999 Tentang Perlindungan Konsumen, setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Lembaga yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen disebut Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Tugas dan wewenang BPSK diatur dalam Pasal 52 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, diantaranya meliputi:

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
4. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini;
5. Menerima pengaduan, baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
6. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
7. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
8. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini;
9. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Badan Penyelesaian;
10. Mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
11. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian dipihak konsumen;
12. Memberitahukan putusan kepada pelaku usah yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
13. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Kosumen dapat menuntut ganti rugi atas pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha melalui 2 (dua) cara yaitu melalui Pengadilan dan diluar pengadilan, hal ini sesuai dengan isi dalam Pasal 45 ayat (2) UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 46 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:

1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
4. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Sementara itu, penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan atau yang bisa disebut non litigasi diantaranya melalui proses mediasi, arbitrase atau konsiliasi, yang diselenggarakan untuk

mencapai kesepakatan mengenai tindakan tertentu dalam upaya menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Hal ini dilakukan berdasarkan azas *Choice of law* atau azas pilihan hukum sesuai dengan keinginan para pihak. Sejauh ini di Indonesia, melalui Direktorat Perlindungan Konsumen Departemen Perindustrian dan Perdagangan, belum pernah ada pengaduan mengenai kerugian konsumen dalam transaksi jual beli melalui internet, tetapi apabila terdapat pengaduan mengenai hal tersebut pihak Direktorat Perlindungan Konsumen Departemen Perlindungan Perindustrian dan Perdagangan bersedia untuk memberikan peringatan ataupun bentuk lainnya kepada pelaku usaha, hal ini dilakukan untuk menegakan hak-hak konsumen dan memberikan rasa aman bagi konsumen yang ingin melakukan transaksi jual beli elektronik melalui internet. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku.

Dalam hal ini, adanya prestasi memungkinkan terjadinya wanprestasi atau tidak dilaksanakannya prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak kepada para pihak. Wanprestasi yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha merupakan kerugian bagi pihak konsumen. Dengan demikian, upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen dalam hal terjadi kerugian dalam transaksi secara elektronik melalui thread kaskus.us adalah melalui dua macam upaya hukum yaitu

Upaya Hukum Preventif

Upaya hukum preventif dapat diartikan sebagai segala upaya yang dilakukan guna mencegah terjadinya suatu peristiwa atau keadaan yang tidak diinginkan. Dalam jual beli secara elektronik, keadaan yang tidak diinginkan ini adalah terjadinya kerugian, khususnya kerugian pada pihak konsumen. Upaya preventif perlu untuk diterapkan mengingat penyelesaian sengketa jual beli secara elektronik relatif sulit, memerlukan waktu yang lama dalam penyelesaiannya dan tidak jarang memerlukan biaya yang tinggi.

Upaya preventif dilakukan dengan membuat perjanjian jual beli Penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli *online* tidak bertemu langsung, dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya. Adapun yang menjadi subjek jual beli *online* tidak berbeda dengan jual beli secara konvensional, yaitu pelaku usaha selaku penjual yang menjual barangnya dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang. Penjualan dan pembelian *online* terkadang hanya dilandasi oleh kepercayaan, artinya pelaku jual beli *online* kadang tidak jelas sehingga rentan terjadinya penipuan. Adapun yang menjadi objek jual beli *online*, yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen, namun barang atau jasa tidak dilihat langsung oleh pembeli selaku subjek jual beli *online*. 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.

Proses bisnis pertama di dalam sistem jual beli *online* ini dinamakan *information sharing*. Proses bisnis dengan sistem jual beli *online* dimana prinsip penjual adalah mencari dan menjangkau calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut.

Setelah aktivitas tukar menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik. Dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktivitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti *Electronic Data Interchange* (EDI) atau ekstranet. Proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu:

1. *Flow of goods* (aliran produk);
2. *Flow of information* (aliran informasi);
3. *Flow of money* (aliran uang);
4. *Flow of documents* (aliran dokumen).

Fasilitas *e-commerce* yang ada harus dapat menyinkronisasikan keempat aliran tersebut sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara efisien, efektif, dan terkontrol dengan baik. Setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses

terakhir, yaitu aktivitas purnajual, dijalankan. Pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi, seperti:

1. Keluhan terhadap kualitas produk;
2. Pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain;
3. Pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan;
4. Diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik;
5. Dan sebagainya.

Target dari interaksi ini adalah agar di kemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan. Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh *customers* di dunia maya (arena transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet). Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui *website*-nya (*online ads*). Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (*online orders*), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet.

Produk-produk yang ditawarkan internet banyak ragamnya seperti halnya dalam zaman millennial perkembangan transaksi sangat pesat, dalam halnya produk barang dan jasa para pihak baik konsumen maupun produsen menginginkan adanya kepuasan terhadap perkembangan teknologi. Keinginan kedua belah pihak tersebut akan mudah dicapai apabila keduanya melaksanakan kewajibannya secara benar dan berlandaskan itikad baik. Apabila kita melihat sudut pandang konsumen, ada beberapa hal yang diinginkan oleh konsumen pada saat hendak membeli suatu produk, diantaranya:

1. Diperolehnya informasi yang jelas mengenai produk yang akan dibeli
2. Keyakinan bahwa produk yang dibeli berbahaya baik bagi kesehatan maupun keamanan jiwanya
3. Produk yang dibeli cocok dan sesuai keinginannya, baik dari segi kualitas, ukuran, harga dan sebagainya
4. Konsumen mengetahui cara penggunaannya
5. Jaminan bahwa produk yang dibelinya dapat berguna dan berfungsi dengan baik
6. Jaminan bahwa apabila barang yang dibeli tidak sesuai atau tidak dapat digunakan maka konsumen memperoleh penggantian baik berupa produk maupun uang. Pada kenyataannya pembeli atau disebut konsumen seringkali tidak memperoleh apa yang diharapkan atas barang atau jasa yang diperoleh.

Upaya Hukum Represif

Upaya hukum represif adalah upaya hukum yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan hukum yang sudah terjadi. Upaya hukum ini digunakan apabila telah terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen salah satu hak konsumen adalah mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf e Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, salah satu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan sebagaimana diatur dalam Pasal 7 butir f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen).

Dalam jual beli secara elektronik, banyak hal yang bisa menimbulkan suatu sengketa sebagaimana disebutkan diatas yang dapat menurunkan rasa kepercayaan konsumen terhadap sistem jual beli secara elektronik, sehingga diperlukan suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien. Dengan demikian, upaya hukum bagi jual beli secara elektronik yang di Indonesia dapat dilakukan melalui:

1. Non Litigasi. Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 47 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

Perlindungan Konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur non litigasi digunakan untuk mengatasi keberlakuan proses pengadilan, dalam Pasal 45 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa jika telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya itu dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa melalui jalur nonlitigasi dapat ditempuh melalui Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha sendiri.

2. Litigasi Dasar hukum untuk mengajukan gugatan dipengadilan terdapat dalam Pasal 38 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juncto Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 38 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian. Sedangkan gugatan yang diajukan berupa gugatan perdata sebagaimana diatur dalam Pasal 39 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sedangkan dalam Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat (1), (2) dan (3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Oleh karena itu alat-alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah Bukti transfer atau bukti pembayaran; SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian; dan Nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.

Selanjutnya yang perlu diperhatikan konsumen dalam mengajukan gugatan ke pengadilan dalam sengketa konsumen adalah:

1. Setiap bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen bisa diajukan ke pengadilan dengan tidak memandang besar kecilnya kerugian yang diderita, hal ini diizinkan dengan memperhatikan hal-hal berikut:
 - a. Kepentingan dari pihak penggugat (konsumen) tidak dapat diukur semata-mata dari nilai uang kerugiannya;
 - b. Keyakinan bahwa pintu keadilan seharusnya terbuka bagi siapa saja, termasuk para konsumen kecil dan miskin, dan
 - c. Untuk menjaga integritas badan-badan peradilan.
2. Pembuktian ada tidaknya unsur kesalahan merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha, hal ini karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen menganut asas pertanggungjawaban jawab produk (product liability) sebagaimana diatur dalam Pasal 19 juncto Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Hal ini berbeda dengan teori beban pembuktian pada acara biasa, dimana beban pembuktian merupakan tanggungjawab penggugat (konsumen) untuk membuktikan adanya unsur kesalahan. Dengan adanya prinsip product liability ini, maka konsumen yang mengajukan gugatan kepada pelaku usaha cukup menunjukkan bahwa produk yang diterima dari pelaku usaha telah mengalami kerusakan pada saat diserahkan oleh pelaku usaha dan kerusakan tersebut menimbulkan kerugian atau kecelakaan bagi konsumen.
3. Berlakunya prinsip hukum bahwa setiap orang yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya. Dalam hal ini konsumen dapat mengajukan tuntutan berupa kompensasi/ganti rugi kepada pelaku usaha, kompensasi tersebut menurut Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, meliputi pengembalian sejumlah uang, penggantian barang atau jasa sejenis atau yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan. Dengan demikian, berdasarkan uraian diatas tampak bahwa penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi tidak serumit yang dibayangkan oleh konsumen pada

umumnya. Oleh karena itu, dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan, pihak yang dibebani untuk membuktikan ada atau tidaknya unsur kesalahan merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

Undang-undang Perlindungan Konsumen yang memberikan kewenangan bagi pemerintah dalam melakukan perlindungan terhadap konsumen. Undang-undang Perlindungan Konsumen ini memuat aturan-aturan hukum tentang perlindungan kepada konsumen yang berupa payung bagi perundang-undangan lainnya yang menyangkut konsumen, sekaligus mengintegrasikan perundang-undangan itu sehingga memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan terhadap konsumen barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Cakupan perlindungan dalam dua aspeknya itu, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen. Juga, persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purna jual dan sebagainya.

Aspek yang pertama, mencakup persoalan barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan, dimasukkan dalam cakupan tanggung jawab produk, yaitu tanggung jawab yang dibebankan kepada produsen karena barang yang diserahkan kepada konsumen itu mengandung cacat di dalamnya sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sedangkan yang kedua, mencakup cara konsumen memperoleh barang dan jasa, yang dikelompokkan dalam cakupan standar kontrak yang mempersoalkan syarat-syarat perjanjian yang diberlakukan oleh produsen kepada konsumen pada waktu konsumen hendak mendapatkan barang atau jasa kebutuhannya.

Akibat Hukum

Akibat hukum yang timbul terkait pelanggaran hak-hak konsumen dalam jual beli di Tokopedia sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu:

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

Apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.

Sanksi terhadap pelaku usaha yang melakukan wanprestasi terdapat pengaturannya di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata maupun dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Di dalam KUHPerdata, pihak yang tidak melaksanakan isi perjanjian akan dikenakan sanksi. Akibat-akibat terhadap kelalaian atau kealpaan oleh debitur, diancam beberapa sanksi atau hukuman, ada 4 (empat) macam sanksi, yaitu: Pertama: membayar kerugian yang diderita kreditur atau dinamakan ganti rugi; Kedua: pembatalan perjanjian atau juga dinamakan pemecahan perjanjian;

Ketiga: peralihan resiko; Keempat: membayar biaya perkara kalau sampai diperkarakan di depan hakim.

Adapun pertanggungjawaban privat produsen-pelaku usaha disebut dalam Pasal 19 – 26 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 sebagai berikut:

1. Tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya;14 Pasal 19 menentukan bahwa “pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”. Maksud dari pasal ini adalah bahwa jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengonsumsi produk yang diperdagangkan, produsen sebagai pelaku usaha wajib memberi penggantian kerugian baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan, maupun dengan pemberian santunan.
2. Tanggung jawab pelaku usaha periklanan;15 Pasal 20 menentukan bahwa “pelaku usaha periklanan bertanggungjawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Pasal ini menegaskan bahwa tanggung jawab atas iklan dan segala akibatnya berada di tangan pelaku usaha periklanan.
3. Tanggung jawab importir;16 Pasal 21 menentukan bahwa “importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.” Maksud pasal ini bahwa pelaku usaha sebagai importir bertanggung jawab sebagai pembuat barang dan/atau jasa.
4. Tanggung jawab pedagang perantara;17 Pasal 24 menentukan bahwa “pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi...” maksud pasal ini bahwa selain pelaku usaha masih ada pihak pelaku usaha lain yang terlibat, dengan demikian yang bertanggung jawab adalah pelaku usaha yang membuat barang yang diperdagangkan.
5. Tanggung jawab pelaku usaha barang tidak habis pakai;18 Pasal 25 menentukan bahwa “Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang” maksud pasal ini bahwa pelaku usaha harus menyediakan suku cadang dan fasilitas purnajual serta garansi sekurang-kurangnya dalam jangka waktu 1 (satu) tahun.
6. Tanggung jawab pelaku usaha dagang jasa;19 Pasal 26 menentukan bahwa “Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.”

Pengaturan dalam Pasal 8 sampai Pasal 18 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang larangan-larangan bagi pelaku usaha di dalam menjalankan usahanya, benar-benar harus dipatuhi oleh pelaku usaha, karena tidak dapat diingkari bahwa, dengan maraknya perdagangan online saat sekarang ini, juga perdagangan secara elektronik (e-commerce) yang lagi marak saat ini membuka peluang bagi pelaku usaha untuk membuat perbuatan-perbuatan yang tidak terpuji. Banyak perbuatan-perbuatan tidak terpuji yang dapat dilakukan pelaku usaha, antara lain barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang ditawarkan dan sudah di upload di media sosial, barang yang diorder tidak tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan yang bisa saja disebabkan karena ongkos kirimnya tidak dibayarkan sesuai dengan yang dimintakan kepada konsumen, barang yang rusak tidak lagi dapat ditukar bahkan ada pelaku usaha yang tidak mengirimkan barang yang sudah dibayarkan via transaksi online yaitu pembayaran melalui transferan via ATM, cara pembayaran yang tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan seperti membayar di tempat dan pembayaran via transferan ATM. Dalam hal keadaan demikian, konsumen sangatlah dirugikan tetapi tidak bisa berbuat apa-apa karena sudah terjadi suatu tindak pidana penipuan. Pelaku usaha seharusnya mempunyai itikad yang baik dalam menjalankan usahanya dan mentaati larangan-larangan yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Begitu banyak contoh-contoh yang ada perbuatan-perbuatan tidak baik yang dilakukan oleh pelaku usaha di era perdagangan online ataupun perdagangan secara elektronik (e-commerce) saat ini. Dengan terjadinya perbuatan-perbuatan yang tidak baik yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu pelanggaran terhadap larangan-larangan sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 8 sampai Pasal 18 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengindikasikan bahwa pelaku usaha tidak mengetahui apa yang

menjadi kewajibannya selaku pelaku usaha. Untuk itu maka terhadap para pelaku usaha haruslah di sosialisasikan tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen sehingga mereka tidak akan mengulangi perbuatan-perbuatan yang tidak baik yang jelas-jelas sangat merugikan konsumen Pelaku usaha yang melalaikan tanggung jawabnya dan melanggar larangan-larangan yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dikategorikan sebagai telah melakukan wanprestasi dan untuk itu terdapat 3 (tiga) jenis sanksi, yaitu:

1. Sanksi Administratif, Sanksi administratif ditentukan dalam Pasal 60 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dimana Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diberi kewenangan untuk menjatuhkan sanksi administratif yaitu yang berupa ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Sehingga kewenangan ada pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), bukan pada pengadilan. Sanksi administrasi tersebut dapat dijatuhkan terhadap para pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), yaitu tentang tanggung jawab pembayaran 20 Pasal 60, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Lex Privatum Vol. VI/No. 7/Sept/2018 9 ganti kerugian dari pelaku usaha kepada konsumen yang dirugikan akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.²
2. Sanksi Pidana Pokok Sanksi pidana pokok adalah sanksi yang dapat dikenakan dan dijatuhkan oleh pengadilan atas tuntutan jaksa penuntut umum terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. a. Pidana penjara paling lama 5 tahun atas pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan e, ayat (2) dan Pasal 18. b. pidana penjara paling lama 2 tahun atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) terhadap pelanggaran atas ketentuan Pasal 11, pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, pasal 16, Pasal 17 ayat (1) huruf d dan f.
3. Sanksi pidana tambahan. Ketentuan Pasal 63 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen memungkinkan diberikannya sanksi pidana tambahan di luar sanksi pidana pokok yang dapat dijatuhkan berdasarkan ketentuan Pasal 62 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen. Selain sanksi pokok maka diatur juga sanksisanksi pidana tambahan yang dapat dijatuhkan berupa:
 - a. Perampasan barang tertentu;
 - b. Pengumuman keputusan hakim;
 - c. Pembayaran ganti rugi;
 - d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
 - e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran;
 - f. Pencabutan izin usaha.

IV. KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli di Tokopedia yaitu Perlindungan hukum konsumen diatur dalam Pasal 4 dan 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1243 KUHPerdara, Pasal 1 (17), 46, 48 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Akibat hukum yang timbul terkait pelanggaran hak-hak konsumen dalam jual beli secara *online* oleh Tokopedia mengacu pada Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha yang melanggar hak konsumen dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, maka diberikan saran sebagai berikut:

Tokopedia dalam menangani kasus ketidaksesuaian barang pesanan antara merchant dan konsumen diharapkan segera membuat pengaturan lebih lanjut mengenai mekanisme pembebanan resiko yang berimbang bagi para pihak.

Pembentukan peraturan pembebanan resiko yang berimbang harus didasarkan pada peraturan-peraturan terkait dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hal ini dikarenakan Tokopedia sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik wajib bertanggungjawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik yang dilakukan melalui Sistem Elektronik

miliknya, perlu memperhatikan bentuk pertanggungjawaban merchant pada ketidaksesuaian barang pesanan sehingga terdapat jaminan terhadap barang yang dibeli konsumen.

Mercant seharusnya wajib menanggung biaya pengiriraman barang akibat dari adanya kelalaian merchant. Hal ini karena salah satu kewajiban penjual adalah menanggung barang miliknya yang artinya kewajiban penjual untuk memberikan jaminan atas cacat produk. Atas kewajiban menanggung ini merchant bertanggungjawab atas segala tuntutan dari pihak pembeli yang berkenaan dengan barang dagangannya.

REFERENSI

- Aisyah, S. (2023). *Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Mystery Box Pada Marketplace Tokopedia* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Aulia, M. Y., & Kurniasari, E. (2023). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli laptop bukan baru melalui e-commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, 7(1), 85–94.
- Erawaty, A. F., & Badudu, J. S. (2006). *Kamus Hukum Ekonomi*. Jakarta: Elips.
- Halim, A., & Barkatullah. (2020). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia*. Yogyakarta: Pasca Sarjana.
- Harahap, M. Y. (2005). *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni.
- Hidayag, K., & Witasari, A. (2022). Tinjauan yuridis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli secara online (e-commerce). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Hukum*.
- Kadir, M. A. (2000). *Hukum Perikatan*. Bandung: Bina Cipta.
- Mahfiroh, R. (2020). Perlindungan hukum terhadap barang kiriman konsumen pengguna jasa Go-Send Instant Courier melalui Tokopedia. *Lex Renaissance*, 5(1), 235–249.
- Perdana, A. P., Muttaqin, A., & Arief, S. (2022). Perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online dengan jasa escrow. *Notary Law Journal*, 1(2), 100–115.
- Prodjodikoro, W. (2000). *Asas-asas Hukum Perjanjian*. Bandung: Mandar Maju.
- Rahmawati, Z. (2021). *Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli Online* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Zuliyanto, A. (2021). *Tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Mystery Box Di E-commerce Tokopedia*.