

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini semakin muncul ke permukaan kasus-kasus penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Sangat pesatnya teknologi informasi merupakan hal yang tidak terbayangkan sebelumnya, khususnya internet.¹ Di mana, siapa pun dapat mengakses baik melalui *Handphone*, Laptop, Komputer dan lain sebagainya yang memudahkan dalam mendapatkan berbagai informasi selama dua puluh empat jam kapan pun dan dimana pun. Bertambahnya pengguna internet yang kian pesat merupakan salah satu alasan yang menjadikan internet menjadi salah satu media yang efektif serta efisien bagi pelaku usaha untuk menjual barang dan jasa kepada calon konsumen dari seluruh dunia.² Berbagai jenis barang yang ditawarkan melalui belanja *online/online shop* seperti pakaian, sepatu, aksesoris, alat kecantikan, alat kesehatan, makanan dan lain sebagainya yang pada waktu tertentu mengadakan promosi untuk menarik perhatian konsumen. Selain dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, juga dapat menghemat ongkos, menghemat waktu karena tidak perlu keluar rumah, dapat mensurvei harga yang lebih terjangkau, banyaknya potongan harga, dan layanan yang relatif cepat.

Mengingat transaksi jual beli *online* dilakukan melalui media elektronik dimana pada Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 atas perubahan Undang-Undang Nomor 8 tahun 2008 Tentang Informasi dan

¹ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 2014, hlm.1

² Shofwatul Alaqa, *Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi Online Antar Negara Dalam United Nation Guideline For Konsumen Protection Perspektif Maqasid Asy-Syari'ah*, skripsi Fakultas Syari'ah, IAIN, Surakarta, 2020, hlm. 2

Transaksi Elektronik menyebutkan, Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Artinya transaksi dilakukan tidak bertatap muka/tidak langsung, tidak sedikit pelaku usaha melakukan kecurangan seperti barang yang ditampilkan oleh pelaku usaha pada *online shop* tidak sesuai dengan barang yang telah sampai ditangan konsumen, barang tidak bermanfaat sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan serta barang yang dipesan tidak kunjung sampai.³ Akibatnya, konsumen mengalami kerugian. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen sangat diperlukan agar konsumen mendapatkan hak atas informasi dan pertanggungjawaban dari kerugian yang dialami. Dan juga pelaku usaha mendapatkan sanksi atas kecurangan yang dilakukan. Gerakan perlindungan konsumen pertama kali dikembangkan oleh Amerika Serikat yang mengeluarkan beberapa ketentuan peraturan perundang-undangan bagi konsumen yaitu Undang-Undang makanan, obat dan kosmetik yang dimana menterinya di bawah kewenangan *the Federal Trade Commision (FTC)* atau komisi perdagangan Federal.⁴ Di Indonesia, gerakan perlindungan konsumen muncul dari Yayasan Lembaga Konsumen atau sering disebut YLKI, yang dianggap sebagai awal mulanya advokasi konsumen di Indonesia yang berdiri pada tanggal 11 Mei 1973.⁵

³ Anak Agung H. N & Dewa Gde R., *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi online Melalui Media Facebook*, Jurnal Kertha Negara, Vol. 9, No. 2 tahun 2021, hlm. 84.

⁴ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia, Jakarta, 2004, hlm. 44

⁵ Wikipedia, *Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia*, <https://id.wikipedia.org/wiki/YayasanLembagaKonsumenIndonesia>. Diakses 07 Juni 2022 pukul 13:41.

Berdasarkan data dari Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) per-September 2020, penipuan daring/*online* termasuk tindak kejahatan yang paling banyak dilaporkan. Sebanyak 28,7 persen kejahatan siber datang dari penipuan *online*. Pada 2016 hingga 2020, total ada 7.047 kasus penipuan *online* dilaporkan. Apabila dirata-rata, terdapat 1.409 kasus penipuan *online* setiap tahunnya. Penipuan *online* pun masih menjadi kasus kejahatan siber yang paling banyak dilaporkan setelah penyebaran konten provokatif.⁶ Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperoleh jumlah laporan masyarakat mengenai penipuan belanja *online* atau *online shop* mencapai belasan ribu yang sebagian besar adalah barang belanja tidak dikirim setelah pembayaran dilakukan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah lembaga yang berdiri sendiri/*independent* yang memiliki fungsi, tugas, wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan dan penyidikan yang dibentuk untuk mengadakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan. Sepanjang tahun 2021, Kementerian Kominfo mendapat laporan aduan penipuan transaksi *online* sebanyak 115.756 laporan, yang apabila dibandingkan dengan angka laporan penipuan *online* dari tahun 2020 yang berjumlah 167.675 laporan, maka terjadi penurunan jumlah laporan di tahun 2021.⁷ Dapat kita lihat meskipun telah terjadi penurunan akan tetapi jumlah tersebut merupakan jumlah yang sangat besar.

⁶ E. Siagian, *Waspada Penipuan "Online", Jaga Transaksi Digital Anda*, https://www.kompas.id/baca/adv_post/waspada-penipuan-online-jaga-transaksi-digital-anda. Akses tanggal 18 Desember 2021 pukul 21:13

⁷ Andry Novellno, *Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak Jualan Online*, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185-708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualan-online> akses tanggal 18 Desember 2021 pukul 21:22

Contoh kasus yang peneliti dapat dari konsumen yang merasa bahwa hak informasinya telah dilanggar oleh pelaku usaha :

1. Kasus bermula saat Elma Theana berbelanja kebutuhan rumah tangga, seperti minyak sebanyak 5 kardus untuk usahanya. Namun saat transaksi berlangsung, Elma mendapatkan pesan dari jasa pengirim bahwa ada gangguan sehingga dia diminta mengganti jasa pengirimannya. Elma kemudian diminta mengisi formulir penggantian jasa pengiriman. Di dalam formulir itu ia diminta memasukkan pin dompet digital yang digunakan saat pembayaran. Tiba-tiba saja, semua barang yang dia belanjakan hilang berubah menjadi koin game yang artinya akun nya telah diretas oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.⁸
2. Kejadian penipuan dialami seorang pelanggan bernama Chandra M. Warga Kulon Progo itu menjadi korban saat membeli telepon seluler atau ponsel senilai Rp 3,6 juta. Kasus itu ia laporkan ke pihak kepolisian. Peristiwa ini bermula saat Chandra membeli ponsel lewat akun jual-beli di *Facebook*. Salah satu merchant menawarkan ponsel POCO C3 NFC dengan harga murah. Dia pun tertarik dan menghubungi merchant melalui pesan. Transaksi terjadi dan tak lama kemudian Chandra menerima pesanannya. Akan tetapi barang yang ia terima hanya kardus kosong.⁹

Dari kedua contoh kasus di atas memiliki persamaan di mana konsumen telah dirugikan dan tidak mendapatkan pertanggungjawaban terkait kerugian yang

⁸ Elma Theana, 4 *Penipuan Belanja Online: Barang Tak Sampai hingga Beli HP yang Datang Kardus*, <https://bisnis.tempo.co/read/1493562/4-penipuan-belanja-online-barang-tak-sampai-hingga-beli-hp-yang-datang-kardus>, diakses 19 Juni 2022 pukul 18:30

⁹ *Ibid.*

telah dialami. Maka dari itu peneliti tertarik mengangkat judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Jual Beli Online”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat rumusan masalah yang akan peneliti teliti. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online*?
2. Bagaimana upaya hukum atas pelanggaran hak informasi terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti dalam memilih judul tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum atas hak informasi terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online*.
2. Untuk menganalisis upaya hukum atas pelanggaran hak informasi terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah bagi kalangan akademik maupun praktisi dalam menjunjung pengembangan

pengetahuan hukum pada umumnya dan khususnya dalam bidang hukum perdata mengenai perlindungan hukum atas hak informasi terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

b. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman dan bahan bagi pihak-pihak yang berkepentingan yang melakukan referensi mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online*.

c. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar sarjana hukum dan juga menambah wawasan peneliti yang berfokus pada hukum perdata mengenai perlindungan hukum dan upaya hukum atas hak informasi terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam menganalisis penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang akan dilakukan yang akan menjadi salah satu referensi peneliti.

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khadafi, Hukum Bisnis Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, tahun 2016, jenis penelitian yuridis normatif dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *Online*

Melalui Sosial Media *Instagram*” dengan objek kajian media *instagram* Perbedaan dengan peneliti yaitu menganalisis perlindungan hukum hanya pada media *instagram*.¹⁰

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rynaldi Gregorius Purba, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, tahun 2021, jenis penelitian yuridis normatif dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *Shopee (Online)* Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan Dan Diperjanjikan” dengan objek kajian Konsumen pengguna *Shopee (Online)*. Perbedaan dengan peneliti yaitu menganalisis perlindungan hukum dan upaya hukum atas pelanggaran hak atas informasi terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* hanya pada media *Shopee (Online)*.¹¹

F. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Pasal 1 ayat 4 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga menyebutkan “Perlindungan adalah segala upaya yang ditujukan untuk memberikan rasa aman kepada korban yang dilakukan oleh pihak keluarga, advokat, lembaga sosial, kepolisian, kejaksaan, pengadilan, atau pihak lainnya baik sementara maupun berdasarkan penetapan pengadilan”.

Pengertian Perlindungan Hukum menurut para ahli adalah sebagai berikut :

¹⁰ Muhammad Khadafi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Sosial Media Instagram*, Skripsi Fakultas Hukum, UIN Syarif Hidayatullah, Banten, 2016.

¹¹ Rynaldi Gregorius Purba, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Shopee (Online) Yang Menerima Produk Berbeda Dengan Produk Yang Dideskripsikan Dan Diperjanjikan*, Skripsi Fakultas Hukum, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2021.

a. Menurut Philipus Hardjo :

“Perlindungan hukum ada dua yaitu Perlindungan hukum preventif artinya diberi kesempatan mengajukan pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif yang tujuannya untuk mencegah terjadinya masalah/sengketa. Dan Perlindungan hukum refrensif yang bertujuan menyelesaikan sengketa. Perlindungan hukum adalah suatu jaminan yang diberikan oleh Negara kepada semua pihak untuk dapat melaksanakan hak dan kepentingan hukum yang dimilikinya dalam kapasitasnya sebagai subyek hukum”.¹²

b. Menurut Satjipto Rahardjo :

Perlindungan hukum adalah upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.¹³ Artinya seseorang yang terancam dapat melakukan tindakan untuk melindungi dirinya.

c. Menurut Setiono :

Perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.¹⁴

d. Menurut Muchsin :

Perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyamakan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara

¹² Philipus. M. Hardjo, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1988, hlm. 5.

¹³ Satjipto Rahardjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, Kompas, Jakarta, 2003, hlm. 121.

¹⁴ Setiono, “*Rule of Law*”, Disertasi Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2004, hlm. 3.

sesama manusia.¹⁵ Perlindungan Hukum berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Pengertian dari Perlindungan Konsumen sendiri merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen untuk mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha dengan menciptakan rasa aman bagi konsumen. Adapun perlindungan konsumen memiliki arti yang sama dengan perlindungan hukum namun hanya dikhususkan kepada konsumen.

Pasal 1 ayat 1 UU Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan, “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

2. Hak Informasi

Setiap orang mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan terpercaya karena berpengaruh dalam masyarakat. Jika informasi yang disampaikan tidak jelas ataupun tidak benar, kemungkinan akan menimbulkan permasalahan-permasalahan. Dalam mendapatkan suatu informasi masyarakat harus bijak dalam menyimpulkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dari informasi yang didapat. Menurut Buckland ddalam pendit mendefinisikan lain tentang informasi yakni segala bentuk pengetahuan yang terekam. Ini artinya informasi dapat ditemukan dalam berbagai bentuk media baik cetak maupun non-cetak.¹⁶ Media cetak seperti buku, surat kabar, majalah, jurnal, laporan penelitian,

¹⁵ Muchsin, “*Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*”, Disertasi Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2003, hlm. 14

¹⁶ Pendit, Putu Laxman, *Penelitian Ilmu Perpustakaan Dalam Informasi Suatu Pengantar Diskusi Epistemologi Dan Metodologi*, Jipfsul, Jakarta 2003, hlm. 3.

disertasi, tesis dan lain-lain. Sedangkan informasi melalui media *online* seperti surat kabar *online*, media sosial (*facebook, intagram, twitter*) dan sebagainya yang dapat memberikan data dan informasi bermanfaat guna menjawab persoalan bagi penggunaanya.

Pasal 1 ayat 1 UU Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik menyebutkan :

“Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik”.

Adapun pengertian informasi elektronik tertuang dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu, Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

Pasal 28F UUD 1945 menyebutkan “Bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Pemilihan sumber informasi dipengaruhi oleh pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pemakai, adapun kategori sumber-sumber informasi dapat dibagi menjadi 3 jenis yaitu :

- a. Sumber Informasi Primer Sumber informasi primer menyajikan data dari dokumen asli dan bentuk yang paling sederhana, sumber informasi primer adalah informasi yang muncul pertama.
- b. Sumber Informasi Sekunder Sumber informasi sekunder menyediakan informasi yang di proses dengan bahan sumber informasi primer, seperti tafsiran pada sumber informasi primer.
- c. Sumber Informasi Tersier Sumber informasi tersier berisi informasi hasil penempatan dan pengumpulan sumber informasi primer dan sekunder.

Pasal 49 PP Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik menyebutkan :

- 1) Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.
- 2) Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
- 3) Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.
- 4) Pelaku Usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim.

- 5) Pelaku Usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.

3. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *customer*, secara harfiah arti kata *customer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Pasal 1 ayat 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen:¹⁷

a. Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Namun istilah orang menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna luas dari pada badan hukum.

b. Pemakai

Sesuai dengan bunyi Pasal 1 angka (2) Undang-undang perlindungan konsumen, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate konsumen*). Istilah kata “pemakai” dalam hal ini digunakan

¹⁷ Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, hlm. 27

untuk rumusan ketentuan tersebut atau menunjukkan suatu barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta hasil dari transaksi jual beli.

c. Barang dan/atau jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti termologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Undang-undang perlindungan konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat juga ketentuan Pasal 9 ayat (1) huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam perdagangan yang makin kompleks ini, syarat itu tidak multak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen.

e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain

Transaksi konsumen ditunjukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan bagi untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup, contohnya seperti hewan dan tumbuhan.

- f. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah bisa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai Negara.

Menurut Az. Nasution, konsumen dikelompokkan menjadi dua yaitu, Pengguna barang dan/atau jasa pelayanannya ditujukan untuk mendapatkan barang dan/atau untuk dijual kembali dan Pengguna barang dan/atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga.¹⁸ Konsumen memerlukan perlindungan hukum dikarenakan konsumen dinilai memiliki kedudukan yang rendah dibandingkan pelaku usaha. Maksudnya posisi konsumen lebih mudah mengalami kerugian dan posisi pelaku usaha lebih mudah untuk melakukan kecurangan. Adapun dalam melakukan transaksi jual beli *online* akan timbul hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen menyebutkan, Hak Konsumen adalah :

- a. Hak asas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen

¹⁸ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm.19.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan

Konsumen menyebutkan, Kewajiban Konsumen adalah :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen menyebutkan, Hak pelaku usaha adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen menyebutkan, Kewajiban Pelaku Usaha adalah :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

4. Transaksi Jual Beli *Online*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.¹⁹ Jual beli *online* disebut juga dengan *online*. *Online* adalah satu set teknologi, dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik.²⁰ Pengertian lainnya *online* adalah pembelian, penjualan, dan permasalahan barang serta jasa melalui sistem elektronik yang meliputi transfer data secara elektronik, pertukaran dan pengumpulan data, yang semuanya diatur di dalam inventori otomatis.²¹

Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Transaksi dan Informasi Elektronik menyebutkan, Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan

¹⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 2008, hlm.589.

²⁰ Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal Online*, Alex Media Computendo, Jakarta, 2000, hlm.13.

²¹ Jony wong, *Internet Marketing for The Beginner*, Kompas Gramedia, Jakarta, 2010, hlm.23.

dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Jual beli adalah perjanjian yang berarti perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1313 KUHPdata, yaitu Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Menurut Gunawan Wijaya, Jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang dari pembeli ke penjual.²² Artinya ketika perjanjian telah dilakukan konsumen dan pelaku usaha telah terikat dengan hak dan kewajiban.

Penjualan *online* merupakan salah satu jenis transaksi jual beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, pada saat ini yang paling banyak dilakukan adalah berbasis media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *Instagram* dan media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual.²³ Dalam melakukan suatu transaksi antara penjual dan pembeli melakukan kontrak terlebih dahulu. Penyusunan kontrak jual beli maupun bentuk kontrak lainnya akan melalui tiga rangkaian, yakni : tahap pra-kontraktual yaitu adanya penawaran dan penerimaan, tahap kontraktual yaitu adanya penyesuaian pernyataan kehendak antara para pihak dan yang terakhir adalah tahap

²² Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 7.

²³ Fakultas Ekonomi, 'Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol. 3.1, 2019, <<http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/iltizam>>.

pelaksanaan kontak.²⁴ Transaksi pra-kontrak secara *online* dalam *online* ini menurut *Research Paper On Contractual Law* memiliki banyak variasi, yakni :

1. Transaksi melalui *chatting* dan *video conference* dimana seseorang dalam melakukan penawaran dengan saling berbicara melalui internet seperti melalui telepon. *chatting* dilakukan melalui tulisan sedangkan *video conference* dilakukan melalui media elektronik dimana seseorang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran.²⁵
2. Transaksi melalui aplikasi yang biasa disebut *online shop*. Sebelum melakukan transaksi, konsumen bebas memilih karena pada aplikasi barang yang dijual dicantumkan beserta harga. Kemudian konsumen mengisi format nama produk, jumlah produk, alamat pengiriman, metode pembayaran yang akan digunakan. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara transfer melalui Bank, pembayaran melalui Market, atau pembayaran ketika barang telah sampai sering disebut *Cash On Delivery*.

Adapun dalam transaksi jual beli *online* memiliki kelebihan dan kekurangan bagi pelaku usaha. Ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi pelaku usaha, yaitu:²⁶

1. Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya;

²⁴ H. Salim HS, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm.164.

²⁵ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis Online: Perspektif Islam*, Magistra Insania Press, Yogyakarta, 2004, hlm.5.

²⁶ Arip Purkon, *Op.Cit.* hlm. 20

2. Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli *online* merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet;
3. Modal awal yang diperlukan relatif kecil. Modal yang diperlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis;
4. Jual beli *online* dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli ini beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain;
5. Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar, Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang.

Selain beberapa kelebihan tersebut, transaksi jual beli *online* juga mempunyai kekurangan, yaitu:²⁷

1. Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi *online*. Masih banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi *online*, apalagi berkenaan dengan pembayaran. Biasanya lebih memilih transaksi secara langsung walaupun dengan orang sudah dikenal. Contohnya, konsumen yang memilih datang

²⁷ *Ibid.*

langsung berbelanja ke toko dibandingkan dengan *online shop* karena takut terjadinya penipuan;

2. Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran. Contohnya, banyak pedagang baju dipasar lebih memilih untuk menjual barangnya secara langsung ketimbang menjualnya secara *online* karena ketidaktahuannya dalam pengoperasian teknologi informasi;
3. Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik, misalnya pembobolan data oleh para hacker yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.
4. Adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang kurang berpengalaman dalam menggunakan teknologi informasi. Contohnya, pelaku usaha yang salah menuliskan alamat konsumen sehingga barang yang dibeli konsumen tidak sampai kepada konsumen karena pengiriman barang kepada alamat yang salah;
5. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet tidak dapat diakses karena masalah teknis, sehingga kesempatan lewat begitu saja.
6. Penyebaran reputasi di dunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk. Di satu sisi, hal ini bisa berdampak negatif, apalagi digunakan oleh pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab dan

bermaksud merusak reputasi. Tetapi, hal ini dapat berdampak positif apabila yang disebarkan adalah reputasi baik.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Pendekatan, Sifat, dan Bentuk Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum baik bersifat murni maupun bersifat terapan yang dilakukan oleh seorang peneliti hukum untuk meneliti suatu norma seperti dalam bidang-bidang keadilan, kepastian hukum, ketertiban, kemanfaatan, dan efisiensi hukum yang mendasari berlakunya unsur-unsur tersebut ke dalam bidang hukum bersifat prosedural, baik dalam bidang hukum publik, seperti prinsip-prinsip negara, kekuasaan dan kewenangan alat-alat negara, hak-hak warga negara, prinsip-prinsip perbuatan pidana atau ppidanaan dan hukuman maupun dalam bidang perdata, seperti dalam bidang hukum orang, keluarga dan perkawinan, hukum benda dan perutangan, hukum kontrak, kewarisan, dan sebagainya.²⁸ Penelitian normatif merupakan penelitian yang mengkaji hukum positif, dalam arti menghimpun memaparkan mensistematisasi, menganalisis, menafsirkan dan menilai norma-norma dan hukum positif yang mengatur tentang perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online*. Penelitian hukum normatif didasarkan kepada hukum primer dan

²⁸ Munir Fuady, *Metode Riset Hukum Pendekatan Teori Dan Konsep*, Rajawali Pers, Depok, 2018, hlm.30.

sekunder yaitu penelitian yang mengacu kepada norma-norma dalam peraturan perundang-undangan.²⁹

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian normatif ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani.³⁰ Pendekatan dalam penelitian hukum normatif dimaksudkan adalah bahan untuk mengawali sebagai dasar sudut pandang dan kerangka berfikir seorang peneliti untuk menganalisis.³¹ Maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan yang berdasarkan perundang-undangan, norma-norma hukum, atau kaidah-kaidah yang berkaitan dengan perlindungan hukum atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online*.

c. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, maksudnya adalah peneliti dalam menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online* berkeinginan untuk memberikan gambaran atau pemaparan atas subjek dan objek penelitian sebagaimana hasil penelitian dilakukan.³² Penelitian bersifat deskriptif ini juga mengkaji peraturan perundang-

²⁹ Soerjono Soekanto, *pengantar penelitian hukum*, UI Press, jakarta, 1984, hlm 20.

³⁰ Peter Muhammad Marzuki, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 133.

³¹ Mukti Fajar & Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm.184.

³² *Ibid*, hlm.183.

undangan yang berlaku, kemudian dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek dalam pelaksanaannya sehubungan dengan masalah yang diteliti.³³

2. Sumber Bahan Hukum Penelitian

Peneliti menggunakan jenis data sekunder atau kepustakaan, yakni data yang peneliti dapat dari sumber *literature* yang berhubungan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online* yang diangkat dengan perundang-undangan, buku, media cetak, jurnal serta berbagai pendapat para pakar hukum. Adapun bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier atau bahan non-hukum ialah sebagai berikut :

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat seperti Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perdagangan.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder ialah bahan hukum yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer yang akan membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen

³³ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum Dan Jumetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1999, hlm. 97.

atas hak informasi dalam transaksi jual beli *online* seperti Buku, hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

c. Bahan hukum tersier atau bahan non-hukum

Bahan hukum tersier merupakan petunjuk maupun penjelasan pada hukum primer dan sekunder seperti istilah-istilah dan terjemahan yang kurang dipahami oleh peneliti.

3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian hukum normatif dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier dan atau bahan non-hukum.³⁴

4. Analisis Bahan Hukum

Analisis dapat diartikan sebagai proses tersusunnya data untuk tahapan pengolahan bahan hukum yang peneliti peroleh seperti yang telah disebutkan di atas agar menjadi sebuah karya ilmiah/skripsi yang terpadu dan sistematis, maka bahan hukum yang diperoleh tersebut diolah secara kualitatif sehingga hasilnya akan disajikan secara deskriptif dan dapat dipahami pembaca dengan mudah.

³⁴ *Ibid*, hlm.160.