

**ANALISIS PERLINDUGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
JUAL BELI *ONLINE* MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUGAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

*Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada pogram studi Pendidikan
Pancasila dan kewarganegaraan*

Oleh:

Ahmad Ardian Lubis
NPM :1402060047



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini diajukan oleh mahasiswa di bawah ini:

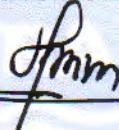
Nama : Ahmad Ardian Lubis
NPM : 1402060047
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Hnkum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli
Online Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang
Perlindungan Konsumen

sudah layak disidangkan.

Medan, September 2019

Disetujui oleh:

Pembimbing



Lahmuddin, SH, M.Hum

Diketahui oleh:

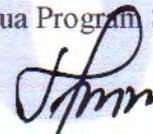
Dekan



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA
FAKULTAS
Keguruan dan
Ilmu pendidikan

Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd

Ketua Program Studi



Lahmuddin, SH, M.Hum

BERITA ACARA

Ujian Mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata 1
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

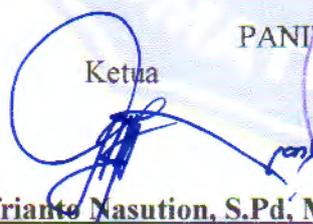
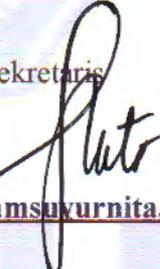


Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Sabtu, Tanggal 05 Oktober 2019, pada pukul 07.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa:

Nama : Ahmad Ardian Lubis
NPM : 1402060047
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

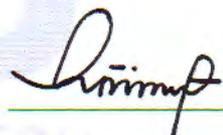
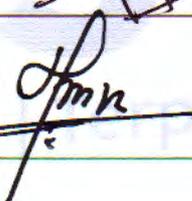
Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian Komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Ditetapkan : (**A-**) Lulus Yudisium
() Lulus Bersyarat
() Memperbaiki Skripsi
() Tidak Lulus

Ketua Sekretaris


Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd, M.Pd **Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd**

ANGGOTA PENGUJI:

1. Dr. Amini, M.Pd
2. Hotma Siregar, SH, MH
3. Lahmuddin, SH, M.Hum

1. 
2. 
3. 



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
JL. Kapten Muchtar Bashri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6619056
Website. <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Nama : Ahmad Ardian Lubis
NPM : 1402060047
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
26/07.19	Caru penulisan publikasi	4	
	Waktu dan tempat dan	4	
26/07.19	Caru penulisan depan dan bagian akhir	4	
27/07.19	Caru penulisan bagian akhir		

Medan, September 2019

Diketahui Oleh:
Ketua Program Studi
Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan

Lahmuddin, S.H., M.Hum

Dosen Pembimbing

Lahmuddin, S.H., M.Hum

Unggul | Cerdas | Terpercaya

SURAT PERNYATAAN



Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Ahmad Ardian Lubis
N.P.M : 1402060047
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Judul Proposal : Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

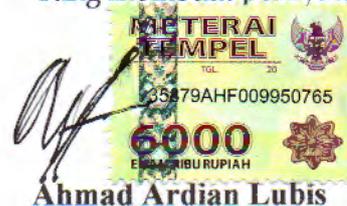
1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul di atas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempahkan (dibuat) oleh orang lain dan juga tidak tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 15 Agustus 2019

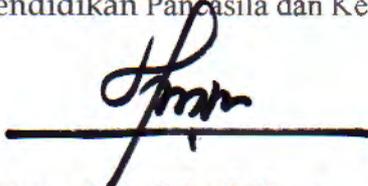
Hormat saya

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
TGL. 20
35479AHF009950765
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Ahmad Ardian Lubis

Diketahui oleh Ketua Program Studi
Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan



Lahmuddin, SH, M.Hum

ABSTRAK

AHMAD ARDIAN LUBIS, 1402060047. ANALIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM JUAL BELI *ONLINE* MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah masih lemahnya perlindungan hukum dalam jual beli *online* pada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hak-hak konsumen diatur dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999. Penelitian ini dilaksanakan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan subjek adalah peneliti sendiri dan objeknya adalah dokumen-dokumen dan buku-buku yang terkait tentang hukum perlindungan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian *library research* dengan analisis kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Berdasarkan hasil observasi dan analisis data yang diperoleh bahwa undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen secara tertulis telah memadai, namun dalam implementasinya yang semula undang-undang ini diharapkan dapat menjadi alat bagi konsumen pencari keadilan untuk memperoleh hak-haknya, ternyata tidak sesuai dengan maksud dan tujuan dibentuknya UPPK ini. Penyelesaian sengketa konsumen secara cepat, sederhana, dengan biaya yang murah sebagaimana diharapkan semula masih jauh dari kenyataan. Sehingga perlu adanya upaya peningkatan profesionalisme anggota BPSK dan juga perlu dilakukan sosialisasi hukum perlindungan konsumen baik kepada masyarakat luas.

Kata kunci : Jual Beli *Online*, *Library Research*, UUPK Nomor 8 Tahun 1999

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun dalam wujud yang sangat sederhana. Shalawat serta salam penulis hadiahkan kepada junjungan Rasulullah SAW yang sangat kita harapkan syafaat di yaumul akhir nanti. Suatu kebahagiaan sulit terlukiskan mana kala penulis merasa telah sampai di final studi di jenjang perguruan tinggi ini berupa terbentuknya skripsi.

Penulis menyadari bahwa setiap manusia tidak luput dari kesalahan mengenai isi maupun dalam pemakaian, tetapi penulis berusaha agar skripsi ini baik dan benar, keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT, keluarga, teman-teman dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Dengan pengesahan dan pengalaman terbatas akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berjudul **“Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang teristimewa ayahanda tercinta **Batara Lubis** serta ibunda tercinta **Elvi Rosnelly Siregar** yang telah mengasuh, membimbing dan membina

serta banyak memberikan pengorbanan berupa materi dan dorongan serta kasih sayang kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan bantuan dan bimbingan yaitu kepada:

1. **Bapak Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. **Bapak Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd, M.Pd** selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera utara.
3. **Ibu Dra. Hj. Syamsyuurnita, M.Pd** sebagai pembantu dekan 1 Fkip Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. **Bapak Lahmuiddin, SH, M.Hum** selaku Ketua Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan dosen pembimbing saya yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. **Ibu Hotma Siregar, SH, MH** selaku Sekretaris Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. **Bapak Muhammad Arifin, M. Pd**, selaku Kepala Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan staf pegawai saya ucapkan Terima kasih sebanyak-banyaknya karena telah membantu penulis dalam melaksanakan penelitian di tempat tersebut.
8. Kepada Ayah saya, ibu saya, abang saya dedi iswan dan adik saya risky chandra yang telah membantu, mendukung, memberi semangat, dan mendoakan segala kegiatan penulis, sehingga penulis dapat memperoleh keberhasilan.
9. Kepada teman seperjuangan Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan khususnya kelas A-Sore 2015 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Aslam, Agung, , Yuni, Upi, Imawati serta anak kelas A-Pagi
10. Kepada para sahabat Dinda, Yudi, Ani, Andi, Dyah, Zafran sebagai keluarga Magang SMP Swasta PAB 3 Saentis yang sangat membantu serta memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Dan kepada semua pihak yang ikut mendukung dalam memberikan semangat dalam menyelesaikan masalah ini

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini sangat bermanfaat bagi pembaca serta menambah pengetahuan bagi penulis. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah memberikan dorongan terhadap penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Apabila penulisan skripsi ini terdapat kata-kata yang kurang berkenan penulis harapkan maaf yang

sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai kita semua
aminyarabbal'amin

Medan, September 2019

Penulis

Ahmad Ardian Lubis

NPM:1402060047

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identikasi Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	4
1. Kegunaan Teoritis	4
2. Kegunaan Praktis	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. KERANGKA TEORITIS	6
a. Defenisi Jual Beli dalam Hukum Perdata.....	6
b. Tujuan Jual Beli.....	6
c. Syarat Jual Beli dalam Hukum Perdata	6
d. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli	7
e. Jual Beli Online	8
f. Dasar Hukum Jual Beli Online Menurut Hukum positif.....	17

B.	KERANGKA KONSEPTUAL	18
1.	Perindungan Konsumen	18
2.	Perindungan Hukum Konsumen Menurut UUPK.....	20
a.	Pengertian Konsumen	20
b.	Pelaku Usaha	21
c.	Defenisi Perindungan Konsumen.....	23
d.	Asas-Asas dan Tujuan Perindungan Konsumen	24
3.	Perindungan Hukum Jual Beli Online Menurut UUPK	26
C.	HIPOTESIS PENELITIAN	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
A.	Jenis Penelitian	35
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	35
1.	Lokasi Penelitian	35
2.	Waktu Penelitian	35
C.	Subjek dan Objek Penelitian	36
1.	Subjek Penelitian	36
2.	Objek Penelitian	36
D.	Metode Pengumpulan Data	36
E.	Instrumen Penelitian	36
1.	Studi Pustaka	36
2.	Hasil Penelitian Terdahulu	38
F.	Instrumen Penelitian	40
1.	Reduksi Data	40

2. Display Data	41
3. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi	41
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	42
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	42
1. Profil Perpustakaan	42
2. Visi dan Misi Perpustakaan	42
3. Struktur Organisasi	43
4. Tata Tertib Perpustakaan	44
5. Jam Buka	44
B. Deskripsi Hasil Penelitian	45
1. Informasil Dalam Transaksi	45
2. Keamanan Dalam Betransaksi	46
3. Penyelesaian Sengketa.....	48
4. Wanprestasi	53
5. Cara Pembayaran.....	54
6. Sikap Konsumtif	57
C. Diskusi Hasil Penelitian	59
D. Keterbatasan Penelitian	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	35
Tabel 3.2 Hasil Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4.1 Diskusi Hasil Penelitian	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perpustakaan	43
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat K1

Lampiran 2 Surat K2

Lampiran 3 Surat K3

Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Proposal

Lampiran 5 Lembar Pengesahan Proposal

Lampiran 6 Berita Acara Seminar Proposal

Lampiran 7 Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal

Lampiran 8 Berita Acara Skripsi

Lampiran 9 Lembar Pengesahan Skripsi

Lampiran 10 Surat Izin Riset

Lampiran 11 Surat Balasan Riset

Lampiran 12 Surat Pernyataan Tidak Plagiat

Lampiran 13 Data Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman saat ini sangatlah besar, terutama dengan adanya perkembangan kemajuan teknologi yang membawa perubahan besar terhadap pola hidup manusia. Teknologi ini sangat membantu manusia dalam melakukan berbagai kegiatan, misalnya dalam berinteraksi dengan sesama, berkomunikasi, juga untuk mencari berita lewat media elektronik, bahkan bisa juga untuk melakukan bisnis perdagangan yang tanpa harus pergi kemana-mana atau beranjak dari tempat ia berada namun hanya dilakukan lewat dunia maya.

Transaksi jual beli seperti ini sebenarnya di satu sisi dapat menguntungkan pelaku usaha dan juga konsumen, pelaku usaha dapat memasarkan produknya dan konsumen dapat memilih-milih barang yang akan dibeli. Namun di sisi lain dalam transaksi dunia maya terkadang banyak kejahatan yang dapat merugikan antara pelaku usaha dan konsumen, misalnya kejahatan penipuan.

Jual beli *online* saat ini sedang eksis, karena banyak orang yang melakukan transaksi melalui *online*. Untuk memasarkan barang yang akan di jual mereka menggunakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan media yang lainnya. Dalam praktiknya, tak jarang jual beli secara *online* dapat menimbulkan masalah. Misalnya barang yang dibeli tidak sesuai dengan gambar yang dipasang dalam situs tersebut, bahkan sering tidak sesuai dengan permintaan atau pesanan pembeli. Misal dalam pembelian baju, terkadang warna, ukuran serta kualitas yang diminta pembeli tidak sesuai. Seharusnya pelaku usaha tersebut dikenai sanksi ganti rugi atas ketidaksesuaian barang yang dibeli oleh pembeli. Seperti disebutkan pada pasal 9 undang - undang No. 8 tahun 1999 yaitu pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan,

mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Dalam transaksi jual beli *online* harus ada jaminan atas barang yang diperjualbelikan. Sehingga pembeli merasa nyaman dalam melakukan transaksi.

Menurut Ovied (di akses 10 Juli 2019) ada syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat *online* adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak melanggar ketentuan syari'at agama, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadi kecurangan, penipuan dan monopoli;
- 2) Adanya kesepakatan perjanjian di antara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat atau pembatalan;
- 3) Adanya control, sanksi dan aturan hukum yang tegas dan jelas dari pemerintah (lembaga yang berkompeten) untuk menjamin bolehnya berbisnis yang dilakukan transaksinya melalui *online* bagi masyarakat.

Dalam hal ini, obyek yang diperdagangkan harus jelas, sehingga pembeli tidak merasa dirugikan. Ketika dalam transaksi jual beli *online* pembeli sudah memilih sesuai dengan pilihan, tetapi sampai di tangan tidak sesuai dengan yang dimaksud bahkan terdapat kecacatan maka pembeli dapat meminta ganti rugi atau juga dapat melaporkan ke pihak yang berwajib untuk mendapat perlindungan. Tetapi kebanyakan orang yang telah membeli di jual beli *online* dan mendapati barangnya tidak sesuai dengan ciri yang disebutkan, mereka hanya kecewa di belakang tanpa mau protes kepada pelaku usaha untuk mendapat keadilan.

Perlu diketahuinya perbedaan antara situs resmidan situs yang terindikasi tidak resmi, ciri-ciri dari situs tidak resmi yakni sebagai berikut ; Menggunakan nama domain (*Url/alamat website*) gratisan (misalnya: *namatoko.wordpress.com*, *namatoko.blogspot.com*, *namatoko.webs.com*. Tampilan *website* terkesan ala kadarnya (tidak sesuai untuk sebuah perusahaan besar dengan ribuan produk serta modal ratusan hingga miliaran), tidak mencantumkan alamat yang jelas, hanya memberikan nomor telepon HP bukan telepon rumah

atau kantor, produk di jual dengan harga murah, di bawah standar, *customer service* yang sulit dihubungi.

Kenyataan yang seperti itu, konsumen hanya dibodohi dan dimanfaatkan saja oleh pelaku usaha, karena ketidakberanian mereka untuk protes. Padahal perlindungan hukum sangat penting untuk para pihak yang melakukan transaksi jual beli melalui media internet atau pun yang lain. Oleh karena itu, dari uraian tersebut di atas sangat menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* masih lemah
2. Konsumen tidak mengetahui hak nya.
3. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas agar menghindari pembahasan yang terlalu meluas, yang menjadi batasan masalah dalam penelitian adalah hanya membahas mengenai hak-hak konsumen dalam perlindungan hukum.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, terdapat pokok permasalahan yang menjadi obyek kajian penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana hak-hak konsumen diatur dalam Undang Undang No. 8 tahun 1999 ?
2. Bagaimana Undang Undang No. 8 tahun 1999 melindungi konsumen dalam transaksi jual beli online ?
3. Bagaimana analisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli online menurut Undang-Undang No.8 tahun 1999?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam kajian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan tentang hak hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun.
2. Untuk menjelaskan perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* menurut UU No. 8 Tahun 1999.
3. Untuk mengetahui sejauh mana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli online menurut Undang-Undang No.8 tahun 1999.

F. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli *online* dalam perspektif UU No. 8 Tahun 1999.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli *online* jika terjadi kecacatan.
- b. Bagi mahasiswa, ikut serta menambah khasanah keilmuan mengenai bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli *online* menurut UU perlindungan konsumen.
- c. Bagi lembaga, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan ataupun referensi dalam menciptakan karya-karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di UMSU Medan maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.
- d. Bagi masyarakat, kajian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memahami persoalan perlindungan hukum dalam jual beli *online* menurut UU perlindungan konsumen.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KERANGKA TEORITIS

a. Definisi Jual Beli dalam Hukum Perdata

Jual beli dalam kitab undang-undang hukum perdata dalam pasal 1457 yaitu suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Dalam jual beli itu dapat dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, ketika setelahnya orang-orang ini mencapai kata sepakat tentang benda dan harganya, meskipun benda itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.

b. Tujuan Jual Beli

Pada transaksi jual beli ini seseorang mempunyai suatu tujuan, yaitu untuk kelangsungan hidup manusia yang teratur dengann saling membantu antara sesamanya di dalam hidup masyarakat, dimana pihak penjual mencari rizki dan keuntungan, sedangkan pembeli mencari alat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu juga tujuan yang lain adalah untuk memperlancar perekonomian pribadi secara langsung dan dapat membuat orang lain lebih produktif dalam menjalankan kehidupan di dunia sehingga hidupnya lebih terjamin.

c. Syarat Jual Beli dalam Hukum Perdata

Menurut pasal 1320 KUH Perdata disebutkan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

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

d. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli dalam Hukum Perdata

Dalam KUH Perdata hak dan kewajiban penjual dalam transaksi jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Si penjual diwajibkan menyatakan dengan tegas apa ia mengikatkan dirinya, segala janji yang tidak terang dan dapat diberikan berbagai pengertian, harus ditafsirkan untuk kerugiannya (pasal 1473).
- b. Ia mempunyai dua kewajiban utama, yaitu menyerahkan barangnya dan menanggungnya (pasal 1474).
- c. Menyerahkan barang di tempat penjualan/sesuai dengan perjanjian (1477).
- d. Si penjual diwajibkan menyerahkan barang yang dijual seutuhnya, sebagaimana dinyatakan dalam perjanjian, dengan perubahan-perubahan seperti yang berikut (pasal 1483).
- e. Dalam hal benda tak bergerak diwajibkan menyerahkan jumlah sesuai dengan persetujuan antara penjual dan pembeli (pasal 1484)
- f. Penjual berkewajiban untuk menjamin bahwa barang tersebut aman dan tentram serta cacat barang yang tersembunyi, dan memberikan alasan jika terjadi pembatalan. (pasal 1491)
- g. Walaupun tidak ada kesepakatan/janji, namun demi hukum si penjual berkewajiban untuk menjaga barangnya sampai penyerahan kepada pembeli dan penjual dilarang menjual barang itu kepada pihak ketiga. (pasal 1492)
- h. Penjual membuat perjanjian untuk tidak menanggung barangnya, namun semua tanggungjawab tentang akibat yang terjadi terhadap barang tersebut dan perjanjian tersebut batal. (pasal 1494)
- i. Jika pada saat penyerahan barang ternyata barang rusak maka penjual berkewajiban untuk mengembalikan uang pembeli secara utuh. (pasal 1497)
- j. Jika pada penyerahan barang kepada pihak lain terjadi kenaikan harga, maka penjual wajib memberikan kelebihan harga tersebut kepada si pembeli. (pasal 1498)
- k. Si penjual wajib mengembalikan kepada pembeli segala hal yang telah dikeluarkan untuk perbaikan/pembetulan terhadap barangnya. (pasal 1499)
- l. Apabila pembelian tidak dibatalkan dan sebagian barang telah dijual kepada pihak lain, maka penjual berkewajiban untuk menyerahkan ganti rugi sebagian barang yang diserahkan. (pasal 1500)
- m. Si penjual diwajibkan menanggung barang yang cacat tersembunyi sehingga mengurangi pemakaian barang tersebut. (pasal 1504)
- n. Si penjual diwajibkan menanggung barang yang cacat tersembunyi meski tidak diketahui oleh penjual kecuali telah diperjanjikan. (pasal 1506)

- i. Jika penjual mengetahui cacat-cacat barangnya maka diwajibkan mengembalikan harga pembelian dan mengganti biaya yang telah dikeluarkan bahkan bunga dan kerugian, apabila penjual tidak mengetahui maka hanya mengembalikan harga pembelian dan mengganti biaya yang dikeluarkan. (pasal 1508 dan pasal 1509)

Sedangkan hak dan kewajiban pembeli menurut KUH Perdata yaitu:

- a. Kewajiban utama si pembeli ialah membayar pembelian, pada waktu dan di tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian (pasal 1513).
- b. Jika pada waktu membuat perjanjian tidak ditetapkan tentang itu, si pembeli harus membayar di tempat dan pada waktu dimana penyerahan harus dilakukan (pasal 1514).
- c. Si pembeli, biarpun tidak ada suatu janji tegas, diwajibkan membayar bunga dari harga pembelian, jika barang yang dijual dan diserahkan memberi hasil atau lain pendapatan (pasal 1515).

Hak-hak sebagai pembeli yaitu:

- a. Pembeli dapat menuntut pembatalan pembelian jika penyerahan barang tidak dapat dilaksanakan karena kelalaian penjual. (Pasal 1480)
- b. Jika ada alasan untuk menaikkan harga maka berhak memilih untuk membatalkan pembelian atau membayar harga yang telah dinaikkan (pasal 1487 dan pasal 1488).
- c. Jika sudah diperjanjikan dalam hal penanggungan ataupun tidak, jika barang telah dibeli diserahkan kepada pihak lain maka pembeli berhak menuntut:
 - 1) Pengembalian uang harga pembelian
 - 2) Pengembalian dari hasil-hasil yang menjadi kewajibannya.
 - 3) Biaya gugatan yang dikeluarkan oleh pembeli
 - 4) Penggantian biaya, kerugian, bunga serta biaya perkara yang telah dibayar pembeli. (pasal 1496)
- d. Pembeli berhak menerima ganti rugi atas sebagian barang yang dijual oleh penjual ketika pembelian tidak dibatalkan dan diserahkan sesuai dengan harga taksiran. (pasal 1501)
- e. Pembeli berhak untuk menuntut pembatalan pembelian jika benda yang dibeli dibebani dengan beban-beban lain dan tidak diberitahukan kepada pembeli kecuali jika pembeli menerima suatu ganti rugi. (pasal 1502)
- f. Pada hal terdapat cacat yang tersembunyi pembeli berhak untuk mengembalikan harga pembelian dan meminta ganti biaya yang dikeluarkan pembeli dalam rangka pembelian dan penyerahan. (pasal 1509)

e. **Jual Beli Online (E-commerce)**

E-commerce seringkali diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau biasa disebut jual beli *online*.

Dalam bisnis ini, terkadang dalam mengirimkan kontrak menggunakan *e-mail* atau media lainnya. Dengan kata lain, perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

E-commerce merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet.

Sebagaimana yang dikutip Haris Faulidi Asnawi, Kosiur mengemukakan bahwa *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara-cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari.

Menurut *World Trade Organization* (WTO), cakupan *e-commerce* meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sedangkan *Alliance for Global Business*, suatu asosiasi di bidang perdagangan terkemuka mengartikan *e-commerce* sebagai: seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronik sebagai media. Dengan melalui inilah transaksi bisnis dapat berlangsung dari mulai pengiklanan, penginventarisasian, perancangan, pembuatan katalog, transaksi dan pengiriman barang.

Pada umumnya jual beli *online* dapat dikatakan bahwa suatu proses pembelian dan penjualan jasa atau produk melalui pesanan via internet atau pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan

dengan menggunakan internet. Dalam transaksi jual beli *online* terdapat beberapa manfaat yaitu, memberikan kemudahan kepada konsumen sehingga konsumen dapat memilih barang yang diinginkan. Selain itu, konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan. Apalagi jika toko tersebut berada jauh dari konsumen, hal ini sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu. Transaksi jual beli *online* cukup dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang yang dibutuhkan, konsumen juga dapat membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan tersebut.

Selain itu *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
- c. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dalam karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.

Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh customers di dunia maya (area 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.

Dua hal tersebut sangat penting bagi konsumen, harus bisa lebih berhati-hati setiap akan melakukan transaksi jual beli, baik itu jual beli yang secara langsung atau secara *online*. Sebelum membeli barang yang ingin dibeli, hendaknya mengetahui kondisi barang tersebut, sesuai apa tidak dengan keinginan pembeli. Jangan sampai di kemudian hari terjadi hal-hal yang merugikan pembeli itu sendiri.

Dalam hal ini, ada beberapa jenis *e-commerce*, yaitu:

1. *Business to Business*

Transaksi *business to business* atau yang sering disebut sebagai B to B adalah transaksi antar perusahaan (baik pembeli maupun penjual adalah perusahaan). Biasanya di antara mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan sudah terjalin hubungan yang cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung di antara mereka dan pertukaran informasi itu didasarkan pada kebutuhan dan kepercayaan.

2. *Business to Customer*

Business to Customer atau yang dikenal dengan B to C adalah transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu.

3. *Customer to Customer*

Customer to Customer ini adalah transaksi di mana individu saling menjual barang pada satu sama lain.

4. *Customer to Business*

Customer to Business yaitu transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

5. *Customer to Government*

Customer to Government adalah transaksi di mana individu dapat melakukan transaksi dengan pihak pemerintah, seperti membayar pajak.

Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya saja terletak perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet. Sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *online*. Dalam setiap transaksi jual beli pasti terjadi kesepakatan penawaran dan penerimaan antara penjual dan pembeli.

Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu tawaran. Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa hukum penawaran berbunyi, makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual, sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin sedikit jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual. Dalam transaksi *e-commerce*, khususnya B to C, yang melakukan penawaran adalah merchant (produsen/penjual).

Para merchant/penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Produsen juga lebih mudah dalam menyediakan katalog produknya, cukup mencantumkan di halaman *website*, sehingga

konsumen juga lebih mudah dalam berbelanja. Namun transaksi tidak hanya dilakukan melalui *website* atau *situs* saja, tetapi dapat dilakukan transaksi melalui *chatting* dan *video conference*, transaksi melalui *e-mail*.

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon; *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video conference* dilakukan melalui media elektronik, di mana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

Transaksi dengan menggunakan *e-mail* dapat dilakukan dengan cara mudah. Dalam hal ini kedua pihak harus sudah memiliki *e-mail address*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, *customer* sudah mengetahui *e-mail* yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer* selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai order barang yang dipesan.

Penawaran dalam sebuah *website* biasanya menampilkan barang-barang yang ditawarkan, harga, nilai *rating* atau *poll* otomatis tentang barang yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi tentang barang termaksud dan menu produk lain yang berhubungan. Penawaran melalui media internet hanya dapat terjadi apabila seseorang membuka situs yang menampilkan sebuah tawaran melalui internet tersebut.

Dengan adanya penawaran, maka perusahaan/pelaku usaha harus bertanggungjawab dalam memasarkan produknya yaitu:

1. Kualitas produk, tentu saja perusahaan wajib menyediakan produk sesuai dengan yang dijanjikannya baik melalui kontrak ataupun melalui iklan yang ditawarkannya.
2. Harga, perusahaan menetapkan harga dengan selayaknya, sesuai dengan kualitas.
3. Pemberian label serta pengemasan, hal ini dilakukan selayaknya boleh perusahaan agar konsumen mengetahui informasi yang lengkap mengenai produk yang bersangkutan, agar konsumen tidak dirugikan karena kandungan yang terdapat dalam produk tersebut.

Penawaran dan penerimaan saling terkait untuk menghasilkan suatu kesepakatan. Dalam menentukan suatu penawaran dan penerimaan dalam *cybersystem* ini digantungkan pada keadaan dari *cybersystem tersebut*. Penerimaan dapat dinyatakan melalui *website*, *electronic mail* (surat elektronik), atau juga melalui *Electronic Data Interchange*. Apabila penawaran dilakukan melalui e-mail address, maka penerimaan dilakukan melalui *e-mail*, karena penawaran hanya ditujukan pada sebuah *e-mail* yang dituju sehingga hanya pemegang *e-mail* tersebut yang dituju. Setiap orang yang berminat untuk membeli barang yang ditawarkan itu dapat membuat kesepakatan dengan pelaku usaha yang menawarkan barang tersebut. Jika konsumen sudah yakin dengan pilihannya maka konsumen melakukan pembayaran.

Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada proses transaksi jual beli *online*, yaitu:

- a. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan.
- b. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi.
- c. Tidak jelasnya status subyek hukum dari pelaku usaha.
- d. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun elektronik *cash*.
- e. Pembebanan risiko yang tidak berimbang karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang yang bukan penerimaan.
- f. Transaksi yang bersifat lintas batas negara, *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum Negara mana yang sepatutnya dilakukan.

Pada kenyataannya, meskipun ada banyak permasalahan yang muncul dan terjadi dalam transaksi jual beli *online*, akan tetapi hal tersebut tidak menyurutkan para konsumen untuk tetap berbelanja lewat transaksi *online*.

Oleh karena itu, ada beberapa upaya internasional yang telah dilakukan dalam memformulasikan aturan yang berkaitan dengan *e-commerce* telah dimulai oleh beberapa organisasi internasional seperti: UNCTAD, UNCITRAL, OECD, dan WTO.

a. *United Nation Conference on Trade and Development* (UNCTAD) UNCTAD sebagai salah satu badan PBB yang concern dalam bidang perdagangan dan pembangunan Negara-negara dunia ketiga telah memberikan respons yang progresif dalam hal menyikapi perdagangan bebas, terutama yang berbasis internet. Upaya-upaya tersebut adalah seperti berikut:

- 1) Mendirikan *Global Trade Point Network* (GTP Net), yang bertujuan membantu Negara berkembang dalam usaha mendapatkan manfaat serta akses di bidang komunikasi elektronik.
- 2) Pendirian TPDC (*The Trade Point Develepment Centre*) yang dibentuk oleh Mellbourne Institute of Technology, ETOS (*The Electronic Trading Opportunities*). Pada dasarnya, pendirian *provider* di bidang komunikasi internet untuk memfasilitasi transaksi bisnis (*from contact to contract*), artinya berawal dari kontak/hubungan via internet melahirkan suatu kontak atau transaksi antar pengakses.

b. *United Nations Commission on International Trade Law* (UNCITRAL) UNCITRAL sebagai salah satu badan PBB yang bergerak dalam perdagangan internasional memandang isu *e-commerce* ini merupakan suatu mendesak untuk segera dirumuskan *rules of law*-nya.

- c. OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh OECD adalah implikasi *e-commerce* terhadap berbagai hal, di antaranya:
- 1) *Frame work* atau kerangka kebijakan umum
 - 2) Ekonomi informasi
 - 3) Isi
 - 4) Keamanan, privasi, kriptografi
 - 5) Akses, kebijakan telekomunikasi
 - 6) Perusahaan-perusahaan kecil dan menengah
 - 7) Kebijakan mengenai konsumen
 - 8) Perpajakan
 - 9) Pariwisata
- d. *World Trade Organization*, Organisasi perdagangan dunia (WTO) telah secara aktif menyoroti perkembangan *e-commerce* dalam dunia bisnis, yang secara signifikan telah menunjukkan kenaikan nilai transaksi.

f. Dasar Hukum Jual Beli Online Menurut Hukum Positif

Transaksi jual beli pada dasarnya merupakan kegiatan yang saling membantu antara yang satu dengan yang lain. Dengan adanya jual beli *online* ini maka yang menjadi dasar hukum atas transaksi tersebut diatur dalam undang-undang yaitu:

Pada pasal 1 poin 1 dan 2 UUIITE, bahwa informasi elektronik adalah satu sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara,

gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*elektronik 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. Kemudian transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/ atau media elektronik lainnya.

Selain itu, yang dijadikan dasar hukum atas jual beli online ini adalah pasal 1 poin 24 UU tentang perdagangan, bahwa perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

B. Kerangka Konseptual

1. Perlindungan Konsumen

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi.

Perlindungan adalah suatu perbuatan atau usaha yang dilakukan untuk melindungi jaringan telekomunikasi dan sarana penunjang telekomunikasi. Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat perlu untuk terus dilakukan karena berkaitan dengan upaya mensejahterakan masyarakat dalam kaitan dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan pada zaman modern saat ini.

Perlindungan konsumen tidak hanya menjadi perhatian pemerintah Indonesia saja tetapi juga menjadi perhatian dari negara-negara lain. Hukum perlindungan konsumen di Republik China adalah hukum nasional tertentu yang

secara khusus melindungi kepentingan dan keamanan konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa yang diberikan oleh operator pelaku usaha. Perlindungan konsumen ini merupakan proses untuk melindungi konsumen terhadap praktik promosi dari pelaku usaha atau penjual jika terjadi kerusakan atau produk yang cacat dan hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

Dalam Garis-garis Besar Haluan Negara sejak 1993 (Ketetapan MPR No. II/MPR/1993) secara eksplisit dicantumkan kata “perlindungan konsumen”, sekalipun tidak diuraikan lebih jauh mengenai pengertian dan substansinya. Secara implisit memang segera dapat ditemukan dalam GBHN tersebut berbagai hal yang berhubungan dengan kepentingan konsumen, seperti keharusan menghasilkan/meningkatkan: (1) barang yang bermutu, (2) kualitas dan pemerataan pendidikan, (3) kualitas pelayanan kesehatan, (4) kualitas hunian dan lingkungan hidup, (5) sistem transportasi yang tertib, lancar, aman, dan nyaman, (6) kompetisi yang sehat, (7) kesadaran hukum. Semua itu merupakan bagian dari kepentingan konsumen pula.

Dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata memang sama sekali tidak pernah disebut-sebut kata “konsumen”. Istilah lain yang sepadan dengan itu adalah seperti pembeli, penyewa, dan si berutang (debitur). Seperti dalam pasal 1504 (jo. pasal-pasal 1322,1473, 1474,1491, 1504 s.d. 1511): Si penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat tersembunyi pada barang yang dijual, yang membuat barang itu tak sanggup untuk pemakaian yang dimaksudkan itu, sehingga seandainya si pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan

membeli barangnya, atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang.

2. Perlindungan Hukum Konsumen Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *Consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.

Menurut UU No 8 Tahun 1999 dijelaskan bahwa 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.

Menurut Kotler, konsumen adalah individu dan kaum rumah tangga untuk tujuan penggunaan personal, produsen adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi. Seperti yang dikutip Celina, Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- c. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).

Konsumen merupakan pihak yang mempunyai peranan penting dalam transaksi jual beli barang. Konsumen mempunyai hubungan kontraktual pribadi dengan produsen atau penjual. Konsumen tidak hanya sebagai pembeli saja, tetapi yang mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Konsumen mempunyai hak dan kewajiban, seperti yang disebutkan dalam pasal 4 dan pasal 5 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Hak konsumen adalah :

- a. Hak atas 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.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 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 sebagai mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

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.

b. Pelaku Usaha

Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan

berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha yang disebutkan dalam pasal 6 dan pasal 7 UUPK. Ketika kedua belah pihak melakukan suatu transaksi memungkinkan timbulnya persoalan dalam pengadaan barang. Munculnya pelanggaran dalam transaksi disebabkan karena konsumen dan pelaku usaha tidak mengetahui hak dan kewajibannya.

Pasal 6 tentang 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 mendapat 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 tentang 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. Memberi 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.

c. Definisi Perlindungan Konsumen

Menurut UU No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dengan semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan atau jasa yang diperolehnya di pasar. Zaman sekarang konsumen dihadapkan pada apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan, sehingga hal ini dapat saja disalahgunakan oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus diberi rasa aman dalam mendapatkan suatu informasi yang jujur dan bertanggungjawab.

Perlindungan hukum sangat dibutuhkan setiap konsumen jika terjadi kecacatan dalam transaksi jual beli, dan perlu perhatian khusus. Selain itu setiap konsumen harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.

Hukum ekonomi yang muncul pada zaman modern mencerminkan adanya perhatian serius pemerintah untuk merealisasikan pemerataan dan keadilan ekonomi dalam masyarakat sebagai akibat dari menonjolnya praktek sistem ekonomi kapitalisme. Sedangkan adanya hukum ekonomi, pihak-pihak yang

lemah akan dapat terlindungi di tengah-tengah persaingan bebas dengan memberikan batasan-batasan terhadap pihak yang kuat.

Pelindungan konsumen pernah secara prinsipal menganut asas *the privity of contract*. Artinya, pelaku usaha hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban hukumnya sepanjang ada hubungan kontraktual antara dirinya dan konsumen.

Konsumen terkadang lemah dalam hal transaksi jual beli, maka dari itu harus dilindungi oleh hukum. Karena hukum itu memberikan perlindungan kepada masyarakat. Tetapi masih banyak konsumen yang hanya diam saja tanpa meminta perlindungan jika terjadi kasus dalam transaksi jual beli. Adanya hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

d. Asas-asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional :

- a. Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- b. Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.
- c. Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.

Sedangkan tujuan perlindungan konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

3. Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* menurut Undang Undang Perlindungan Konsumen

Dalam bisnis jual beli *online*, biasanya penjual memasang gambar dalam situs website atau dalam media lainnya dengan menyertakan informasi kriteria barang tersebut serta harganya sehingga konsumen dapat melihat dan jika tertarik dengan barang tersebut, maka pembeli dapat menghubungi melalui nomor kontak yang dicantumkan dalam situs tersebut. Terkadang dalam transaksi jual beli *online* ini, pembeli harus membayar terlebih dahulu, kemudian barang yang dibeli dikirim ke pembeli. Sehingga jika barang sudah di tangan pembeli dan ternyata tidak sesuai seperti yang ada digambar atau kriteria, maka pembeli tidak dapat komplain dan terpaksa harus tetap diterima karena sudah terlanjur membayar.

Dalam bisnis jual beli *online* marak terjadi penipuan karena banyak pihak yang tidak bertanggung jawab atas barang yang dijualnya. Maka dari itu bisnis jual beli *online* bisa berjalan dengan baik apabila si penjual benar-benar jujur dalam menjual barang yang akan dijualnya. Selain itu dalam melakukan transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli akan membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan

uang yang dilakukan oleh pembeli. Transaksi jual beli *online* memang mudah dan cepat tanpa harus bertatap muka dengan penjual, tetapi pembeli tidak dapat melihat langsung kondisi barang yang ingin dibeli. Jika dalam transaksi tersebut terdapat kecurangan atau pihak penjual melakukan suatu wanprestasi, maka dapat dikenakan sanksi yang sesuai. Sehingga konsumen mendapat perlindungan hukum yang jelas.

Mengenai perilaku periklanan telah diatur dalam Pasal 17 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, adalah sebagai berikut :

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa.
 - c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.
 - d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.
 - e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.
 - f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
2. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

Sering terjadi kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi melalui internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dalam website yang tidak jujur, keterlambatan dalam pengiriman barang, atau bahkan barang tidak dikirim oleh pelaku usaha. Konsumen di Indonesia jarang melakukan tindakan pengaduan atas kerugian yang dialaminya, karena konsumen belum banyak yang mengetahui akan haknya sebagai konsumen. Konsumen dapat mengadukan kepada pihak yang berwenang dengan menyebutkan bahwa pelaku usaha telah mengelabui konsumen

mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.

Pada pasal 4 poin e dan h Undang-undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa, konsumen berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, serta berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Ketika pembeli telah menerima barang yang dipesan dan ternyata tidak sesuai, seharusnya mendapat perlindungan hukum atau mendapat ganti rugi yang sesuai dengan kecacatan atau ketidaksesuaian barang tersebut. Seperti dijelaskan pada pasal 19 UUPK yaitu pelaku usaha harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud di atas dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

Apabila terjadi transaksi jual beli *online*, dan pelaku usaha menjanjikan akan mengirim barang yang dipesan jika pembeli mentransfer uang terlebih dahulu. Ketika pembeli sudah mentransfer uang dan ternyata barang tidak dikirim, maka pembeli dapat melaporkan kepada pihak yang berwajib dengan dalih seperti yang dijelaskan pada undang-undang pasal 17 yaitu pelaku usaha telah

mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Dalam hal tersebut dapat dikatakan sebagai penipuan, sehingga orang yang melakukan tindak penipuan maka dikenakan pasal 378 KUHP yang dijelaskan sebagai berikut, barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu atau martabat (*hoedanigheid*) palsu; dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang maupun menghapuskan piutang, diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun. Dalam pasal 20 dijelaskan bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Dalam arti, jika terjadi komplain oleh konsumen, maka pelaku usaha siap untuk memberikan ganti rugi yang sesuai.

Sebagaimana yang dikutip Celina, Pelaku usaha periklanan menurut Az.

Nasution terdapat tiga jenis pelaku usaha, yaitu:

1. *Pengiklan*, yaitu perusahaan yang memesan iklan untuk mempromosikan, memasarkan, dan/atau menawarkan produk yang mereka edarkan.
2. *Perusahaan iklan*, adalah perusahaan/biro yang bidang usahanya adalah mendesain atau membuat iklan untuk para pemesannya.
3. *Media*, media elektronik atau nonelektronik atau bentuk media lain, yang menyiarkan atau menayangkan iklan-iklan tersebut.

Ada beberapa prinsip utama dalam UNCITRAL *Model Law on Electronic*

Commerce adalah bahwa:

1. Segala informasi elektronik dalam bentuk data elektronik dapat dikatakan memiliki akibat hukum, keabsahan ataupun kekuatan hukum.

2. Dalam hukum mengharuskan adanya suatu informasi dalam bentuk tertulis maka suatu data elektronik dapat memenuhi syarat untuk itu.
3. Dalam hal tanda tangan, maka suatu tanda tangan elektronik merupakan tanda tangan yang sah. Transaksi elektronik dapat dilakukan dengan tanda tangan digital atau tanda tangan elektronik.
4. Dalam hal kekuatan pembuktian dari data bersangkutan, maka data *message* memiliki kekuatan pembuktian.

Prinsip di atas, dapat dijadikan sebagai acuan untuk mendapat perlindungan. Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam suatu perdagangan. Tanggung jawab yang dijalankan pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu: tanggung jawab atas informasi, tanggung jawab atas produk, dan tanggung jawab atas keamanan.

1. Tanggung jawab atas informasi

Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi kepentingan konsumen dalam memilih barang. Seperti yang dikutip Edmon Makarim, menurut Howard Beales et.al, standar umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhannya dan kualitas barang.

2. Tanggung jawab hukum atas produk (*product liability*)

Product liability yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya. Selain *strict liability* yang merupakan pertanggungjawaban langsung maka terdapat *tortius liability* dalam pertanggungjawaban produk (*product liability*) yaitu tanggung jawab yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum.

Sedangkan unsur-unsur yang ada dalam *tortius liability* dalam pertanggungjawaban produk ini adalah:

- a. Unsur perbuatan melawan hukum
 - b. Unsur kesalahan
 - c. Unsur kerugian
 - d. Unsur hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.
3. Tanggung jawab atas keamanan

Jaringan transaksi secara elektronik harus mempunyai kemampuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Para pihak yang terlibat dalam transaksi harus mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap infrastruktur jaringan yang digunakan. Tentu saja pihak pelaku usaha (*merchants*) perlu menyediakan jaringan sistem yang cukup memadai untuk mengontrol keamanan transaksi.

Perlindungan hukum tersebut harus benar-benar dilakukan untuk mencegah timbulnya permasalahan di kemudian hari, serta memberikan rasa aman bagi konsumen untuk melakukan transaksi.

Sudah selayaknya jika konsumen yang mengalami kerugian mendapat ganti kerugian dari pelaku usaha. Namun ada baiknya jika pemerintah terlibat dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan ketentuan pasal 29 ini, didasarkan pada kepentingan yang diamanatkan oleh Pembukaan UUD 1945 bahwa kehadiran Negara antara lain, untuk mensejahterakan rakyatnya.

Berdasarkan penjelasan umum UUPK tersebut, maka adanya tanggung jawab pemerintah atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen tidak lain dimaksudkan untuk memberdayakan konsumen memperoleh haknya. Ada kekhawatiran, pelaku usaha dengan prinsip ekonominya, menjadikan konsumen menderita kerugian karenanya. Pemberdayaan konsumen tersebut, sesuai asas keadilan dan keseimbangan, tidak boleh merugikan kepentingan pelaku usaha. Hal ini dinyatakan juga dalam Penjelasan Umum UUPK bahwa, piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi sebaliknya melalui perlindungan konsumen tersebut dapat mendorong iklim berusaha yang sehat, dan lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Dalam transaksi jual beli *online* sering timbul permasalahan akibat dari ketidakpuasan salah satu pihak atau kedua belah pihak, dan ini biasanya disebut dengan sengketa konsumen. Jika terjadi sengketa antar konsumen, maka hal tersebut dapat dilakukan dengan cara musyawarah antara pelaku usaha dan konsumen untuk mencapai kesepakatan mengenai ganti ruginya. Jika dengan

penyelesaian secara musyawarah belum mencapai mufakat maka penyelesaian sengketa dapat diselesaikan melalui jalur hukum atau pengadilan.

Bentuk pertanggungjawaban administratif yang dapat dituntut dari produsen sebagai pelaku usaha diatur di dalam Pasal 60 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yaitu pembayaran ganti kerugian paling banyak Rp 200.000.000,00 terhadap pelanggaran atas ketentuan tentang :

- a. Kelalaian membayar ganti rugi kepada konsumen [Pasal 19 ayat (2) dan (3)].
- b. Periklanan yang tidak memenuhi syarat (Pasal 20).
- c. Kelalaian dalam menyediakan suku cadang (Pasal 25), dan
- d. Kelalaian memenuhi garansi/jaminan yang dijanjikan.

Sedangkan pertanggungjawaban pidana yang dibebankan kepada produsen adalah :

- a. Pidana penjara paling lama 5 tahun atas pelanggaran terhadap ketentuan pasal 8, pasal 9, pasal 10, 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 terhadap pelanggaran atas ketentuan pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat 1, pasal 14, pasal 16, dan pasal 17 ayat 1 huruf d dan f.
- c. Terhadap sanksi pidana di atas dapat dikenakan hukuman tambahan berupa tindakan:
 - 1) Perampasan barang tertentu
 - 2) Pengumuman keputusan hakim
 - 3) Pembayaran ganti rugi

- 4) Kewajiban menarik barang dari peredaran, atau
- 5) Pencabutan izin usaha.
- 6) Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen

C. Hipotesis Penelitian

Setelah mengkaji dari beberapa karya ilmiah yang membahas tentang perlindungan konsumen *e-commerce* baik berupa buku, tulisan, dan skripsi sejauh ini penyusun belum menemukan pembahasan yang secara spesifik membahas perlindungan hukum konsumen transaksi jual beli *online* dalam prespektif UU No. 8 Tahun 1999.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah “*library research*”. Penelitian perpustakaan, bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan, seperti: buku-buku, majalah, dokumen, catatan dan kisah-kisah sejarah dan lain-lain.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara beralamat di Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilaksanakan bulan Juli s/d Agustus 2019

Tabel 3.1

Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan/Minggu																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																											
2	Pembuatan Proposal		■	■	■	■																							
3	Bimbingan Proposal					■	■	■	■																				
4	Pengesahan Proposal									■	■	■	■																
5	Seminar Proposal													■	■														
6	Pengesahan Proposal																												
7	Surat Izin Riset																												
8	Pengolahan Data																												
9	Bimbingan Skripsi																												
10	Pengesahan Skripsi																												
11	Sidang Meja Hijau																												

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah saya sendiri Ahmad Ardian Lubis selaku mahasiswa yang melakukan penelitian. Menurut Nasution peneliti bertindak sebagai instrument kunci atau instrument utama dalam pengumpulan data (*Key Instrument*).

2. Objek Penelitian

Sedangkan Objek dalam penelitian ini adalah Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi. Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Data-data yang dicari dalam pengumpulan data ini adalah data-data yang ada kaitannya dengan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

E. Instrumen Penelitian

1. Studi Pustaka

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam sebuah kajian meliputi “catatan, laporan resmi, barang cetakan, buku teks, buku-buku referensi, majalah, koran, bulletin, dokumen, catatan, kisah-kisah sejarah, dan lain-lain”.

Adapun sumber data yang digunakan dalam kajian ini adalah sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber data primer, yaitu bahan pustaka yang berisikan pengetahuan ilmiah yang baru atau mutakhir, ataupun pengertian baru tentang fakta yang diketahui maupun mengenai suatu gagasan (idea). Bahan tambahan dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi. Sehingga dalam penelitian ini sumber data primer yang dimaksud, di antaranya:

- 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Jakarta: Visimedia, 2007.
- 2) Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- 3) M. Sadar, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Akademia, 2012.
- 4) Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- 5) Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

b. Sumber data sekunder yaitu bahan pustaka yang berisikan informasi tentang bahan primer. Sumber data sekunder terdiri atas berbagai macam, dari surat-surat pribadi, kitab harian, notula rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Dalam sumber data sekunder

ini yang ada kaitannya dengan pembahasan peneliti tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

2. Hasil Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* dalam perspektif UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yakni:

Tabel 3.2

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
1.	Faridho Qodli Zaka	Perjanjian <i>E-Commerce</i> ditinjau dari Hukum Positif	Sistem perjanjian <i>E-Commerce</i> hukum perdata di Indonesia, jual beli dalam buku III KUH Perdata tentang perikatan. Jual beli terjadi karena adanya suatu kesepakatan antara para pihak. Kesepakatan itu di wujudkan dalam suatu perjanjian yang menjadi dasar perikatan bagi pihak-pihak tersebut. Aspek hukum perjanjian atau kontrak jual beli secara <i>E-Commerce</i> dapat memiliki kekuatan hukum berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana di atur dalam pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata tentang kebebasan berkontrak. Sistem <i>E-Commerce</i> dalam Islam dinamakan transaksi <i>as-salam</i> , dengan kata lain pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari sedangkan pembayaran dilakukan di muka.	Penelitian saya focus pada perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> menurut undang-undang nomer 8 tahun 1999.
2.	Ahmad S.	Perlindungan konsumen dalam transaksi <i>bay'</i>	Bentuk jaminan dari pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi <i>bay' al-salam</i> perspektif hukum Islam dan	Penelitian saya focus pada perlingdung

		<i>al-salam</i> dan <i>E-Commerce</i> (<i>Study Comparasi Hukum Islam dan Hukum Positif</i>).	hukum positif, bentuk jaminan dari pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> perspektif hukum Islam dan hukum positif. Ketentuan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi <i>bay' al-salam</i> perspektif hukum Islam dan hukum positif, ketentuan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> perspektif hukum Islam dan hukum positif.	an hukum konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> menurut undang-undang nomer 8 Tahun 1999.
3.	Lia Catur Muliastuti	Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media <i>Internet</i>	Hasil Penelitian yang telah dilakukan bahwa pelaksanaan jual beli melalui media <i>Internet</i> terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman. Hambatan-hambatan dalam transaksi di <i>Internet</i> , khususnya mengenai cacat produk, informasi dan mengenai <i>webvertising</i> yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang, dan umumnya mengenai pola pikir, minat dan kultur budaya masyarakat Indonesia. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media <i>Internet</i> meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian dan perlindungan hukum diluar perjanjian.	Penelitian saya focus pada perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> menurut undang-undang nomer 8 Tahun 1999.
4.	Bagus Hanindyo Mantri	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	Undang-undang perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> karena keterbatasan pengertian pelaku usaha yang hanya khusus berada di wilayah Negara Republik Indonesia dan keterbatasan akan hak-hak	Penelitian saya focus pada perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli

			konsumen yang diatur dalam UPPK. Perlindungan Hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur dalam UUPK. Perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, dari sisi konsumen, dari sisi produk, dari sisi transaksi. Permasalahan-permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen terdapat @ (dua) permasalahan yaitu pertama permasalahan Yuridis, meliputi keabsahan perjanjian menurut KUH Perdata, penyelesaian sengketa dalam transaksi <i>e-commerce</i> , UPPK yang tidak akomodatif, tidak adanya lembaga penjamin toko <i>online</i> kedua permasalahan <i>non</i> Yuridis meliputi keamanan bertransaksi dan tidak pahamnya konsumen dalam bertransaksi <i>e-commerce</i> .	<i>online</i> menurut undang-undang nomer 8 Tahun 1999.
5.	Meilisa Marditawati	Jual Beli <i>Online</i> dengan model periklanan <i>website</i> ditinjau dalam hukum Islam	Praktek jual beli <i>online</i> dengan model periklanan <i>website</i> yang hanya di iklankan, terkadang iklan tidak sesuai dengan kondisi barang yang ada.	Saya focus pada pasal Undang undang UUPK nomer 8 tahun 1999.

F. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Dalam kegiatan refleksi, peneliti merangkum dan memilih data yang dianggap pokok serta difokuskan sesuai dengan focus penelitian. Dalam mereduksi data, semua data semua data lapangan di tulis sekaligus di analisis, direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, sehingga di susun secara sistematis dan mudah dikendalikan. Data-data yang

dicari dalam pengumpulan data ini adalah data-data yang ada kaitannya dengan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah data direduks, maka langkah selanjutnya adalah *display* data. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data yang sebelumnya sudah di analisa, tetapi analisis yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan peneliti sebelum disusun dalam bentuk laporan.

3. Menarik Kesimpulan Dan Verifikasi

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Metode analisis data yang dalam kajian yang digunakan adalah kajian isi. Sebagaimana yang dikutip Lexy J Moleong, Weber menyatakan bahwa kajian isi adalah metodologi penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang sah dari sebuah buku. Dalam aplikasinya, data yang diperoleh diklasifikasikan berdasarkan fokus penelitian, selanjutnya data diurai secara mendalam, kritis dan sistematis sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai perlindungan hukum konsumen jual beli *online* menurut UUPK.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, peneliti dapat mengumpulkan data sebagai berikut :

1. Profil Perpustakaan

Nama Perpustakaan : Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Alamat : Jl. Muchtar Basri No. 108-112 Glugur Darat

Kecamatan : Glugur Darat

Provinsi : Sumatera Utara

Didirikan Tahun : 1994

Beroperasi Tahun : 1994

2. Visi dan Misi Perpustakaan

a. Visi

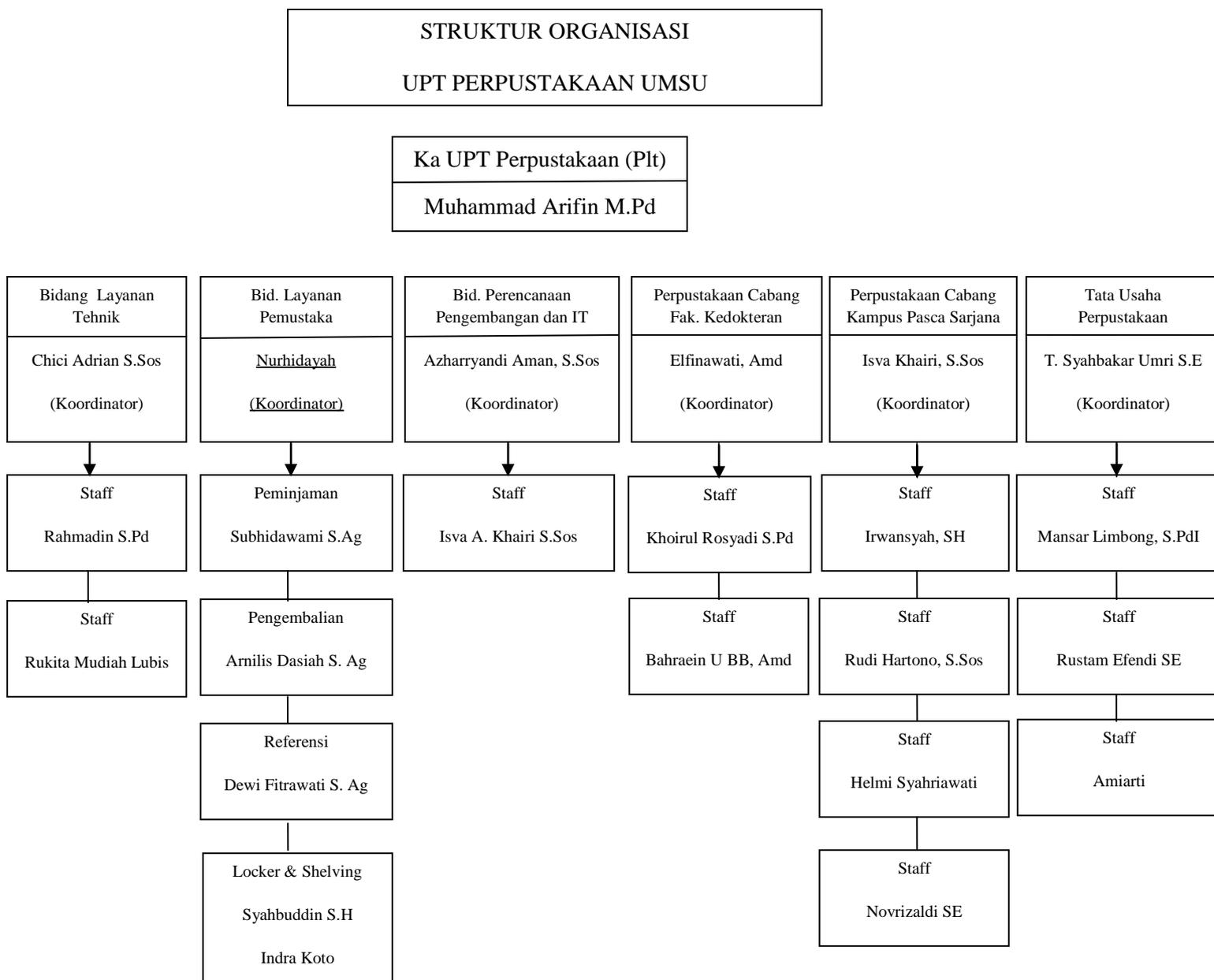
Menjadi pusat penyedia layanan informasi yang unggul bagi civitas akademika dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berwawasan global.

b. Misi

1. Menyediakan kebutuhan koleksi yang relevan dengan kebutuhan pemustaka
2. Mengembangkan pusat repository local konten (deposit) yang open access

3. Menyelenggarakan pelayanan prima yang memenuhi standar pelayanan umum
4. Mengembangkan system otomasi perpustakaan yang standar
5. Mengembangkan total quality manajemen dalam pengelolaan perpustakaan yang terakreditasi

3. Struktur Organisasi



4. Tata Tertib Perpustakaan

- a. Pengunjung perpustakaan wajib mengenakan pakaian yang sopan dan bersepatu
- b. Pengunjung perpustakaan tidak diperbolehkan :
 - 1. Memakai jaket (pakaian yang sejenisnya).
 - 2. Makan dan merokok dalam ruangan yang ada di perpustakaan.
 - 3. Membuat kegaduhan (keonaran).
 - 4. Menyobek, merusak, dan mengotori koleksi bentuk cetak (buku, majalah, jurnal, koran, skripsi, dan lain lain yang ada dan menjadi milik perpustakaan).
 - 5. Membawa buku perpustakaan tanpa melalui prosedur yang ada. Apabila dengan sengaja melakukannya, akan dikenakan sanksi.
- c. Pegunjung perpustakaan yang membawa handphone, harap mengurangi volume dering, mengubah profil ke nada getar atau menonaktifkannya selama di ruang baca.
- d. Pengunjung perpustakaan diperbolehkan membawa laptop dengan memperhatikan ketentuan yang berlaku di perpustakaan.

5. Jam Buka

- a. Senin-Jumat : 08.00-22.15 WIB
- b. Sabtu : 09.30-18.30 WIB

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ini adalah menganalisa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli *online* menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dengan strategi teknik dokumentasi untuk mengetahui sejauh mana penerapan dan penyelesaian bagi konsumen yang mencari keadilan untuk memperoleh hak-haknya. Dalam penelitian, peneliti menemukan beberapa buku-buku yang membahas masalah yang ingin diteliti yaitu :

1. Susanti Adi Nugroho. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasiya*, Jakarta : Kencana, 2011
2. Zulham, *Hukum Perlindungan Konsume*, Jakarta : Kencana, 2013
3. Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok : Kencana, 2018
4. Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008

Selanjutnya untuk mengetahui penerapan perlindungan konsumen dalam jual beli *online* menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999 peneliti mengkaji 6 aspek, yaitu :

1. Informasi Dalam Transaksi

Dalam pelaksanaan transaksi konsumen terhadap produk barang dan jasa, Negara mengatur dengan menghadirkan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UPPK) dalam sistem perlindungan konsumen yang dirumuskan mengenai hak-hak konsumen. Pasal 4 UPPK merumuskan 9 hak konsumen, yaitu :

- a. Hak atas 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.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 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-ketentuan perundang-undangan lainnya.

2. Keamanan Dalam Bertransaksi

Dalam buku *pokok-pokok hukum perlindungan konsumen* yang ditulis Rosmawati, peneliti mengkaji jenis-jenis transaksi konsumen dan ulasan tahap-tahap untuk menjamin keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi, adapun jenis transaksi konsumen yaitu :

- a. Pertama transaksi dari perspektif kepentingan konsumen, tahap-tahap dalam transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, maka hak yang paling penting adalah hak atas informasi. Hak atas informasi ini penting, karena informasi yang diperoleh menjadi dasar bagi konsumen untuk mengambil keputusan untuk melanjutkan transaksi atau keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk barang atau jasa.

- b. Transaksi melalui iklan, pada hakikatnya merupakan salah satu strategi pemasaran yang bermaksud untuk mendekatkan konsumen dengan pelaku usaha yang pada kenyataannya sering menjadi batu sandungan si pelaku usaha. Hal ini disebabkan banyaknya iklan yang justru mengecewakan konsumen karena memberikan informasi yang berlebihan, menyesatkan, dan menipu. Padahal langkah agar khalayak mendapatkan persepsi seperti yang diinginkan pemasang pesan merupakan proses memerlukan pertimbangan matang. Dalam hal ini, perancang pesan harus memperhitungkan latar pengalaman (*Field of Experience*) dan kerangka acuan (*Frame of Reference*) khalayak yang perlu diteliti dan dianalisis sebelumnya.
- c. Tahapan pra transaksi konsumen, pada awalnya transaksi konsumen ditandai dengan penawaran dari penjual kepada calon pembelinya. Pada saat ini penawaran lazimnya dilakukan melalui media massa yang dikemas secara menarik. Kemasan demikian disebut dengan iklan. Proses untuk menghasilkan itu disebut dengan periklanan, yang melibatkan tiga unsure utama masyarakat periklanan yaitu :
1. Pengusaha iklan, perusahaan periklanan, dan media massa, ketiga unsure ini baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama memiliki potensi untuk melanggar hak-hak konsumen.
 2. Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan dari transaksi konsumen itu, maka isu yang banyak dipertanyakan pada tahapan ini adalah eksistensi dari perjanjian standar atau perjanjian baku. Di sini dipertanyakan apakah dalam perjanjian baku masih terdapat kebebasan berkontrak ? Hal ini terjadi karena lahirnya perjanjian baku tersebut ditentukan secara sepihak oleh produsen/penyalur produk atau penjual, sedangkan konsumen tinggal memutuskan, menerima (*take it*), atau menolaknya (*leave it*). Biasanya konsumen tidak punya pilihan lain, kecuali menerima alternatif yang pertama, sebab dimanapun ia pergi, ia akan disodorkan

perjanjian baku dengan substansi yang hamper sama oleh produsen/penyalur produk (penjual) lainnya.

3. Tahapan ketiga dari proses transaksi konsumen ini adalah perikatan setelah peralihan barang atau jasa yang pokok dilakukan. Sering terjadi untuk pembelian barang-barang tertentu produsen/penyalur produk memberikan garansi dalam jangka waktu terbatas, misalnya tiga tahun. Selama jangka waktu itu setiap keluhan konsumen atas barang tersebut, sepanjang bukan disebabkan kesalahan pemakai dapat diajukan kepada produsen/penyalur produk, inilah yang disebut layanan purnajual.

3. Penyelesaian Sengketa

Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menetapkan dua cara penyelesaian yaitu dibuat pengadilan dan melalui pengadilan. Konsumen langsung mengadu dan menggugat pelaku usaha, bentuk penyelesaian dan besarnya ganti rugi diserahkan kepada kesepakatan pada pihak dengan syarat bahwa untuk tercapainya penyelesaian sengketa, kedua belah pihak harus mempunyai kemauan dan etika.

a. Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan

Pengaduan dan gugatan ganti rugi diajukan melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) sesuai dengan tujuan didirikannya untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen, sebagai contoh Lembaga Perlindungan Konsumen Nusantara Merdeka (LPKNM). Organisasi ini akan memberikan bantuan dengan penyediaan fasilitas tempat dan dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki akan membantu melakukan pembelaan dalam penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan maupun melalui pengadilan.

Pengaduan dan gugatan ganti rugi diajukan melalui Direktorat Perlindungan Konsumen, akan memberikan bantuan penyelesaian sengketa dengan bertindak sebagai konsiliator, maupun mediator. Bentuk penyelesaian sengketa dan ganti rugi diserahkan kepada konsumen dan pelaku usaha. Apabila tidak tercapai kesepakatan maka penyelesaian selanjutnya diserahkan kepada para pihak untuk diteruskan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Pengadilan Negeri.

Pengaduan atau gugatan diajukan kepada badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang akan dibentuk di setiap daerah dan kota. Badan ini bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan. Anggota terdiri dari unsur Pemerintah, Konsumen dan Pelaku Usaha. Dalam penyelesaian sengketa konsumen BPSK dapat membentuk (3 orang) yang anggotanya terdiri dari unsur tersebut di atas. Penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK dengan cara Konsiliasi atau Mediasi atau Arbitrase. ganti rugi yang dapat dituntut konsumen dari pelaku usaha, yaitu berupa pengembalian uang pengganti, barang sejenis atau setara nilainya atau perawatan kesehatan atau pemberian santunan atau keduanya. Penyelesaian melalui BPSK dapat dilakukan dengan cara:

a. Konsiliasi

1. Konsumen mengajukan pengaduan kepada BPSK.
2. BPSK memanggil konsumen dan pelaku usaha, untuk menetapkan cara penyelesaian sengketa konsumen yang dipilih dan disepakati para pihak.
3. BPSK membentuk Majelis untuk menyelesaikan sengketa Konsumen.
4. Majelis bertindak pasif sebagai konsiliator.
5. Hasil penyelesaian sengketa konsumen tetap berada di tangan para pihak

6. Penyelesaian sengketa konsumen dilakukan selambat-lambatnya dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari terhitung sejak pengaduan diterima BPSK.

b. Mediasi

1. Konsumen mengajukan pengaduan kepada BPSK.
2. BPSK memanggil konsumen dan pelaku usaha untuk menetapkan cara penyelesaian sengketa konsumen yang di pilih dan disepakati para pihak.
3. BPSK membentuk Majelis untuk menyelesaikan sengketa Konsumen.
4. Majelis bertindak aktif sebagai mediator, dengan memberikan nasihat, petunjuk, saran dan upaya-upaya lain dalam menyelesaikan sengketa.
5. Hasil penyelesaian sengketa konsumen tetap berada di tangan para pihak.
6. Penyelesaian sengketa konsumen dilakukan selambat-lambatnya dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari, terhitung sejak pengaduan diterima BPSK.

c. Arbitrase

1. Konsumen mengajukan pengaduan kepada BPSK.
2. BPSK membentuk Majelis untuk menyelesaikan sengketa konsumen.
3. Majelis bertindak aktif untuk mendamaikan para pihak.
4. Majelis melakukan pemeriksaan terhadap para pihak bersengketa, saksi dan saksi ahli berita melakukan pemeriksaan dan penilaian atas bukti-bukti.
5. Membuat putusan.

BPSK dapat menghukum pelaku usaha dengan menjatuhkan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,(dua ratus juta rupiah) yang harus dibayarkan kepada konsumen.

b. Penyelesaian Melalui Pengadilan

Konsumen dapat mengajukan kepada pengadilan negeri untuk menuntut ganti rugi dari pelaku usaha, atau bila masih ada unsur pidana, dapat melapor kepada polisi sebagai aparat penyidik umum. Selanjutnya, berdasarkan laporan tersebut akan dilakukan penyidikan tentang adanya dugaan pelanggaran terhadap tindak pidana perlindungan konsumen. Pemeriksaan di pengadilan menggunakan hukum acara yang berlaku di Pengadilan Negeri (LPKNM).

Contoh Kasus: Meski memiliki kewenangan dalam memutuskan sengketa antara konsumen dengan penyedia jasa atau barang, BPSK mengambil putusan secara proporsional dengan berdasarkan pada UUPK. Contoh, ada konsumen yang mengadakan produk roti kepada BPSK. Konsumen tersebut menuntut ganti rugi hingga Rp 250 juta. Saat perkara itu disidangkan oleh Majelis Hakim BPSK, pengusaha roti hanya dijatuhi putusan mengganti rugi roti yang telah dibeli konsumen seharga Rp 5.000,00. Anggota BPSK yang menangani kasus roti tersebut, konsumen membeli roti yang diobral karena akan kedaluwarsa keesokan harinya. Memang saat itu pihak penjual memajang roti dengan harga agak tinggi untuk yang masih panjang masa konsumsinya dan harga obral untuk roti yang kedaluwarsa. Pihak penjual berupaya melakukan jalan damai dengan sang konsumen dengan memberikan ganti rugi dan sebungkus bingkisan, namun pihak konsumen menolak langkah itu dan memilih menggugat produsen roti termasuk mengajukan tuntutan ganti rugi senilai Rp 250 juta. Setelah persoalan itu ditangani BPSK, putusannya adalah mengganti roti yang telah dibeli konsumen dengan roti sejenis yang masa kedaluwarsanya masih panjang.

Contoh lain adalah: Penarikan paksa kendaraan oleh perusahaan anjak piutang (leasing) yang pembayaran cicilannya terlambat beberapa bulan. Konsumen bisa mengadu ke BPSK karena pihak leasing tidak berhak menarik paksa kendaraan. Aparat yang berwenang menarik atau menyita barang adalah juru sita atau polisi yang dikuatkan dengan putusan hukum. Kasus yang pernah diselesaikan dalam kaitan tunggakan kredit kendaraan bermotor, yaitu mobil diambil kembali, sementara uang cicilan yang sudah dibayar konsumen dikembalikan dipotong biaya administrasi.

c. Batas Waktu Pengaduan

Tidak semua kasus bisa diselesaikan, terutama untuk kasus yang dilaporkan lewat dari empat tahun sejak tanggal transaksi. Semisal konsumen yang membeli perhiasan emas, belakangan diketahui tidak seluruh perhiasan itu terbuat dari emas. Pada bagian dalam perhiasan itu terbuat dari logam biasa, namun konsumen membayar seluruh berat perhiasan itu dalam hitungan harga emas. Pengaduan konsumen itu telah lewat dari empat tahun sejak dia membeli perhiasan tersebut. Maka dia tidak dapat mengadukannya ke BPSK. Selanjutnya, sebagai percontohan maka dibentuklah BPSK di 10 kota besar melalui Keputusan Presiden No. 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan BPSK pada Pemerintahan Kota Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang, dan Kota Makassar (Pasal 1 Keputusan Presiden No. 90 Tahun 2001). Dalam Kepres tersebut juga disebutkan bahwa biaya pelaksanaan tugas dan operasional BPSK dibebankan kepada APBN dan APBD (Pasal 1 Keputusan Presiden No. 90 Tahun 2001).

Dengan adanya UUPK dan didukung oleh keberadaan BPSK harusnya konsumen makin sadar akan hak-haknya. UUPK telah mengatur parameter yang terlarang dilakukan oleh pelaku usaha antara lain :

1. Barang tidak memenuhi standar.
2. Info yang mengelabui konsumen.
3. Cara menjual yang merugikan.
4. Klausula baku dari sebuah perjanjian.

Dalam Perma tentang Mediasi, ditentukan bahwa proses mediasi untuk perkara perlindungan konsumen dilakukan secara terbuka. Namun, ada kekhawatiran, proses yang terbuka malah akan merugikan salah satu pihak dalam proses mediasi.

Pasal 14 ayat 2 Perma No 2 Tahun 2003 tentang prosedur Mediasi di Pengadilan memang menyebutkan bahwa proses mediasi untuk sengketa publik terbuka untuk umum. Adapun Pasal 1 butir 9 menjelaskan, yang dimaksud dengan sengketa publik adalah sengketa di bidang lingkungan hidup, hak asasi manusia, perlindungan konsumen, pertanahan, dan perburuhan yang melibatkan kepentingan banyak buruh.

4. Wanprestasi

Tanggung jawab produsen berdasarkan wanprestasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dengan demikian, suatu produk yang rusak dan mengakibatkan kerugian, maka konsumen melihat isi kontrak, baik tertulis maupun tidak tertulis. Keuntungan konsumen berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*strict obligation*), yaitu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya, walaupun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Namun kelemahan teori ini dalam perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen, yaitu pembatasan waktu gugatan, persyaratan

pemberitahuan, kemungkinan adanya bantahan (*disclaimer*), dan persyaratan hubungan kontrak. Gugatan berdasarkan *breach of warranty* sesungguhnya dapat diterima walaupun tanpa hubungan kontrak, dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada masyarakat (konsumen) melalui media massa. Dengan demikian, tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan konsumen. Kewajiban membayar ganti rugi dalam tanggung jawab berdasarkan wanprestasi merupakan akibat dari penerapan klausula dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum bagi para pihak (produsen dan konsumen), yang secara sukarela mengikatkan diri dalam perjanjian tersebut.

5. Cara Pembayaran

Menurut Ery (diakses tanggal 13 September 2019) ada beberapa syarat dan cara pembayaran dalam transaksi jual beli online, yaitu :

a. Syarat n/30

Syarat n/30 itu yaitu pembayaran dilakukan dalam jangka waktu maksimal 30 hari setelah barang diterima secara keseluruhan oleh pembeli. Jadi, dalam syarat ini, pembeli diberi kelonggaran untuk membayarkan barang-barang yang telah dibelinya dalam waktu sebulan. Dan tidak ada potongan apapun dengan menggunakan syarat ini. Walaupun terlambat tidak masalah, tetapi akan mengakibatkan efek pada perusahaan yang membeli, pastinya kepercayaan penjual akan berkurang.

b. Syarat 2/10, n/30

Syarat 2/10, n/30 itu bermakna ketika pembayaran dilakukan dalam waktu 10 hari setelah barang diterima, maka pembeli akan mendapatkan diskon 2% dari nilai transaksi,

terdapat n/30 yang memang bermakna pembayaran maksimal dilakukan 30 hari, tetapi tidak akan mendapatkan diskon.

c. COD

COD atau *Cash On Delivery*, ini merupakan syarat transaksi jual beli yang sangat mudah dan terkenal. *COD* ini transaksi jual beli secara langsung antara penjual dan pembeli, bisa saling tatap muka. Sehingga kecil kemungkinan pembeli akan komplain barangnya kurang bagus atau bagaimana karena langsung melihat sendiri barang yang dijual.

d. Transfer Bank

Transfer Bank merupakan transaksi yang sedang on atau terkenal saat ini, karena transaksi ini digunakan untuk pembelian dengan pembayaran secara transfer bank setelah barang diterima untuk pembelian dalam jumlah besar yang jika melakukan COD sangat berbahaya sehingga pembeli lebih baik menggunakan transfer bank, baik melalui ATM atau pembeli langsung datang ke bank. Selain itu, transfer bank juga bisa dilakukan untuk belanja secara online. Bedanya, kalau belanja secara online pihak pembeli terlebih dulu mentransfer sejumlah uang senilai barang yang dibeli kepada penjual, kemudian penjual baru mengirim barang setelah uang diterima di rekeningnya.

e. *Voucher Gift* atau Kupon

Dengan transaksi ini, seseorang yang memiliki voucher gift atau kupon bisa membeli barang ke toko tertentu dengan kupon tersebut. Jumlah barang yang dibeli sesuai dengan nilai dan syarat-syarat tertentu yang tertera pada kupon.

f. Kartu Kredit (*credit card*)

Transaksi menggunakan kartu kredit ini cukup mudah. Pembeli hanya memberikan nomor kartu kredit ke pihak penjual dan pembayaran dilakukan oleh bank. Selbihnya, pembeli akan mencicil kepada pihak bank yang mengeluarkan kartu kredit tersebut untuk melunasinya. Sistem transaksi begini saat ini cukup tenar, terlebih banyak sekalin online shop yang menggunakan. Namun, harus berhati-hati dan sangat bijaksana dalam menggunakan kartu kredit, agar tidak selalu mengandalkan kartu kredit tetapi pada akhirnya banyak tagihan dari bank.

g. Rekening Bersama

Rekening bersama atau yang sering disebut sebagai *RekBer* adalah sebuah jasa pembayaran uang yang bebas dan netral antara pembeli dan penjual. Cara melakukan transaksi tersebut ialah terlebih dahulu pembeli melakukan order ke penjual, kemudian pihak pembeli melakukan pembayaran ke penyedia rekening bersama. Selanjutnya penjual mengirim barang, dan setelah barang diterima dengan baik oleh pembeli, jasa *rekber* akan mengirim uangnya ke penjual. Cara ini memang belum terkenal, namun sangat baik untuk transaksi jual beli secara online. Hal ini juga untuk mengurangi penipuan baik penjual yang tertipu maupun pembeli.

h. Wesel Pos

Wesel pos merupakan jasa pengiriman uang dari seseorang yang ditujukan ke orang seusai dengan alamat yang diberikan dengan melalui pos. Pengirim memberikan informasi yang akurat mengenai nama dan alamat yang benar tentang siapa yang akan dikirim uang tersebut. Dan tentunya pengirim juga meberikan sejumlah uang yang akan dikirimkan kepada pihak pos tersebut. Mungkin saat ini jarang sekali ya transaksi jual

beli menggunakan wesel pos. Namun, cara ini dilakukan ketika pembeli barang tidak punya rekening, atau transaksi *online* lainnya.

i. *E-currency*/Mata Uang Elektronik

E-Currency atau yang sering dikenal sebagai uang elektrik merupakan melalui akun-akun mata uang elektrik yang tersedia di internet. Transaksi ini begitu mudah cepat hanya tinggal klik maka proses pembayaran selesai dilakukan. Lalu, jenis mata uang seperti apa ini? Dewasa ini, uang elektrik yang sudah terpercaya untuk melakukan transaksi adalah *Paypal*, *Kaspay*, *Payza*, dan lainnya.

6. Sikap Konsumtif

Perilaku konsumtif biasanya dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi tersebut terdiri dari:

1. Usia dan Tahap Siklus Hidup.

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok. Pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sebagai sasaran mereka, beberapa peneliti baru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis. Orang dewasa mengalami “perjalanan dan transformasi” sepanjang perjalanan hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada situasi hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada situasi hidup yang berubah, bercerai dan dampak mereka terhadap perilaku konsumtif.

2. Pekerjaan.

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pekerja kerah biru akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerjaan tertentu.

3. Keadaan Ekonomi.

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau likuid), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung. Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga terus memperhatikan trend penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga. Jika indikator ekonomi menandakan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, dan menetapkan kembali harga produk sehingga mereka dapat terus menawarkan nilai pada pelanggan sasaran.

4. Gaya Hidup.

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang”,¹⁶ yang berinteraksi dengan lingkungannya. Pemasar mencari hubungan antara produk dan gaya hidup kelompok. Misalnya sebuah pabrik

computer menemukan sebagian besar pembeli computer berorientasi pada prestasi, sehingga pemasar dapat mengarahkan merk pada gaya hidup achiever. Copywriter iklan kemudian dapat menggunakan kata-kata dan symbol yang menarik bagi achiever.

5. Kepribadian dan Konsep Diri.

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti percaya diri, dominasi otonomi, ketaatan, kemampuan bersosialisasi, daya tahan, dan kemampuan beradaptasi.

Keadaan perilaku konsumtif ini sering dimanfaatkan oleh beberapa oknum pemasar untuk melakukan penipuan. Biasanya pemasar melakukan aksinya dengan menawarkan barang dengan harga miring dan cukup murah dibandingkan dengan harga pasaran yang ada, tanpa ditelusuri lebih lanjut oleh konsumen.

C. Diskusi Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perlindungan hukum konsumen dalam jual beli *online* menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 dengan mengkaji beberapa bahan pustaka yang berisikan pengetahuan ilmiah yang baru atau mutakhir, ataupun pengertian baru tentang fakta yang diketahui maupun mengenai suatu gagasan (idea).

Dari hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan tentang beberapa aspek yang di fokuskan pada pokok-pokok masalah penelitian sebagai berikut :

No.	Aspek	Keterangan Tertulis UPPK
1.	Informasi Dalam Transaksi	Informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa.
2.	Keamanan Dalam Bertransaksi	Produk atau barang yang diperjual belikan harus mengutamakan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi barang. Bentuk keamanan bias berupa ganti rugi dan pengembalian barang
3.	Penyelesaian Sengketa	Penyelesaian sengketa dapat dilakukan di luar pengadilan, artinya untuk mencapai kesepakatan mengenai ganti rugi yang diderita oleh konsumen bisa melalui pengadilan dan luar pengadilan yakni badan arbitrase
4.	Wanprestasi	Pelaku usaha yang melakukan kecurangan dimintai kompensasi atau ganti rugi
5.	Cara Pembayaran	Pembayarannya dilakukan sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang yang diperdagangkan, serta dapat dilakukan secara tunai dan kredit
6.	Sikap Konsumtif	Konsumen harus hati-hati dan selalu mengikuti petunjuk informasi yang ada, konsumen harus cermat dalam memilih barang

Dari hasil tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 secara tertulis sudah memadai.

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini telah dilakukan usaha seoptimal mungkin yaitu dengan mengupayakan kondisi-kondisi yang mendukung dalam proses penelitian, namun dengan demikian peneliti tidak terlepas dari kekurangan dan kekhilafan dari berbagai factor diantara lain :

1. Keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti baik moril maupun materil dari awal proses pembuatan proposal, pelaksanaan penelitian hingga pengelolaan data.
2. Penelitian yang relatif singkat, mengingat keterbatasan waktu dan dana yang dimiliki oleh peneliti sehingga mungkin terdapat kesalahan dalam menafsirkan data yang didapat dari lapangan penelitian.
3. Selain keterbatasan diatas, penulis juga menyadari bahwa kurangnya buku pedoman atau referensi mengenai perlindungan konsumen yang merupakan keterbasan penulis yang tidak dapat dihindari, oleh karena itu penulis menerima dan mengharapakan dengan tangan terbuka saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan tulisan-tulisan dimasa yang akan datang.

Dengan demikian peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa hasil penelitian masih jauh dari kata kesempurnaan, untuk itu peneliti akan mendiskusikan lebih lanjut dengan rekan-rekan dan dosen pembimbing guna penelitian lebih lanjut dalam upaya penyempurnaan penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka pada bab ini penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen secara tertulis telah memadai, namun dalam implementasinya yang semula undang-undang ini diharapkan dapat menjadi alat bagi konsumen pencari keadilan untuk memperoleh hak-hak nya, ternyata tidak sesuai dengan maksud dan tujuan dibentuknya UUPK ini. Penyelesaian sengketa konsumen secara cepat, sederhana, dengan biaya yang murah sebagaimana diharapkan semula, masih jauh dari kenyataan. Hal ini disebabkan karena tidak adanya panduan teknis dalam pengaturan aspek-aspek yang terkait dengan hukum acaranya, sehingga tidak dapat dijadikan acuan dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen.
2. Rendahnya tingkat kesadaran hukum konsumen, juga kebijakan-kebijakan pemerintah yang konkret sering kali tidak berpihak pada konsumen. Sampai saat ini belum dilakukan sosialisasi yang memadai terhadap seluruh lapisan masyarakat perihal bagaimana mewujudkan hukum perlindungan konsumen.
3. Gaya hidup masyarakat konsumtif, perilaku konsumtif ini biasanya dipengaruhi oleh karakteristik pribadi salah satunya pekerjaan, ini menjadikan seseorang/masyarakat mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Hal ini sering dimanfaatkan oleh beberapa oknum pemasar untuk melakukan penipuan. Biasanya pemasar melakukan aksinya dengan menawarkan

barang dengan harga miring dan cukup murah dibandingkan dengan harga pasaran yang ada, tanpa ditelusuri lebih lanjut oleh konsumen.

B. Saran

1. Mengupayakan peningkatan profesionalisme anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan juga mulai dipikirkannya pengusulan BPSK sebagai lembaga khusus untuk perkara yang ditetapkan oleh undang-undang dan menegaskan kedudukan BPSK dalam sistem hukum yang ada, untuk mengoptimalkan peran BPSK dalam upaya memberikan perlindungan kepada konsumen.
2. Perlu dilakukan sosialisasi hukum perlindungan konsumen baik kepada masyarakat luas, maupun melalui pendidikan sejak awal, yaitu melalui jenjang pendidikan formal sekolah dasar sampai perguruan tinggi.
3. Kepada masyarakat dihimbau agar mendahului pemenuhan kebutuhan pokok, seperti biaya kesehatan, pendidikan, atau bahkan menginvestasikan uang hasil bekerja dalam bentuk tabungan atau saham, upaya tersebut disamping baik bagi perencanaan keuangan, juga menjauhkan seseorang dari penyakit cultural yang disebut "*gengsi*" yang sering terjadi di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi V*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Asnawi, Haris Faulidi. 2004. *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah*. Yogyakarta: UIN-Malang Press
- Ernawan, Erni R. 2011. *Business Ethics*. Bandung: ALFABETA
- Ery. 2017. *Metode Dan Cara Pembayaran Dalam Transaksi Jual Beli Online*. dalam <http://erycorners.com/2017/09/28/metode-dan-cara-pembayaran-dalam.html?m=1>, diakses tanggal 14 September 2019
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika
- Makarim, Edmon. 2004. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moeljatno. 2012. *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nasution. 2012. *Metode Research (Penelitian Ilmiah) cet 13*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nugroho, Susanti Adi. 2008. *Proes Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta : Kencana
- Ovied. 2013. *Belanja Online Menurut Islam*. dalam <http://kabawasliyah.com/2013/02/28/belanja-online-menurut-islam>, diakses tanggal 10 Juli 2019
- Rosmawati. 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Kencana
- Sadar, M. dkk. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Akademia
- Sidabalok, Janus. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Shidarta. 2006. *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo
- Sugiono, Dendy. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). 2007.
Jakarta: Visimedia

Undang-undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dalam
http://www.jjc.or.id/houjin/0621_uu2014_007i.pdf, diakses tanggal 11 Juli
2019

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Kencana

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Ahmad Ardian Lubis
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 22 Juli 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Menikah
Nama Ayah : Batara Lubis
Nama Ibu : Elvi Rosnely
Alamat Rumah : Jl. Letda Sujono Gg. Abd Halim Medan

PENDIDIKAN FORMAL

- Tahun 2000-2006 : SDN 064974 Medan
- Tahun 2006-2009 : SMP Negeri 17 Medan
- Tahun 2009-2012 : SMA Negeri 11 Medan
- Tahun 2014-sampai sekarang : Universitas Muhamamadiyah
Sumatera Utara