

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI PADA APLIKASI JUAL BELI ONLINE (FACEBOOK) DITINJAU
DARI UNDANG-UNDANG RI NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DI KOTA SUKABUMI**

Siti Syarah Nuraisyah^{1*} Asti Sri Mulyanti²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Sukabumi

¹syarahnuraisyah279@gmail.com ²astisri@ummi.ac.id

ABSTRACT

This research aims to find out the legal protection for consumers in transactions using Facebook media based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and to find out the legal remedies that consumers can do when they suffer losses due to transactions made through Facebook media. The method used in this research is a qualitative method. The type of research used by the author is normative juridical research. The type of research used by the author is descriptive research. As a normative legal research, the approach used is the statutory approach. The data collection technique in this research is literature study. The results showed that the legal protection of consumers in Facebook online transactions based on Law Number 8 1999 concerning consumer protection is as in Article 4 of the Law on Consumer Protection which states that consumers are entitled to compensation or replacement if the goods or services received are not in accordance with the agreement or not as they should be. Then the results showed that the legal efforts that consumers can make if they experience losses due to buying and selling goods online on social media Facebook consumers can report the incident to the Facebook platform itself, although Facebook does not directly handle reporting disputes can help prevent similar events in the future. If consumers are harmed by a large amount, consumers can get legal assistance from the Non-Governmental Consumer Protection Agency (LPKSM) and can also report to the Consumer Dispute Resolution Agency (BPSK) to process dispute resolution using conciliation mediation and arbitration.

Keywords: Consumer Protection; Non-conforming goods; e-commerce.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi menggunakan media Facebook berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen serta untuk mengetahui upaya hukum yang dapat konsumen lakukan ketika mengalami kerugian akibat transaksi yang dilakukan melalui media facebook. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian yuridis normatif. Tipe penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif. Sebagai penelitian hukum normatif pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (Statuta Approach). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online Facebook berdasarkan undang-undang nomor 8 1999 tentang perlindungan konsumen adalah sebagaimana pasal 4 UUPK yang menyebutkan bahwasanya konsumen berhak mendapatkan untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa Upaya hukum yang dapat konsumen lakukan jika mengalami kerugian akibat jual beli barang online di media sosial Facebook konsumen dapat melaporkan kejadian tersebut ke platform Facebook itu

sendiri, meskipun Facebook tidak secara langsung menangani sengketa pelaporan dapat membantu mencegah kejadian serupa di masa yang akan datang. Jika konsumen dirugikan dengan nominal yang besar maka konsumen dapat mendapatkan pendampingan hukum dari Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) juga dapat melaporkan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) guna memproses penyelesaian sengketa dengan penyelesaian menggunakan mediasi konsiliasi, dan arbitrase.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen; Barang tidak sesuai; e-commerce.

PENDAHULUAN

Di dalam perekonomian produsen, konsumen, dan distributor tidak dapat dipisahkan. Konsumen adalah pihak yang harus ada dalam kegiatan ekonomi mengingat bahwa komponen merupakan objek dari bisnis/ekonomi. Menurut Siahaan, “pelaku usaha yakni orang atau suatu lembaga yang berbentuk badan hukum dan yang bukan badan hukum, didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang”.

Semakin berkembangnya zaman berkembang pula teknologi, dengan berkembangnya teknologi maka berkembang pula cara bertransaksi jual beli pada masa kini dengan cara yang lebih efisien. Transaksi jual beli melalui media maya kini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati para konsumen, karena sangat mudah mencari barang yang di inginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah untuk mencari-cari barang yang diinginkan, serta produk dapat dilihat 24 jam oleh siapapun dan kapanpun diinginkan. Bisnis teknologi informasi seperti ini dikenal dengan istilah Electronic commerce atau electronic business. Electronic Commerce atau e-commerce adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet).

Salah satu aplikasi komunikasi yang menyediakan jasa jual beli online adalah Facebook. Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang bisa menghubungkan anda dengan saudara, rekan, atau bahkan berbagi orang lain yang ada dibelahan dunia lain untuk bisa saling berkomunikasi. Dengan facebook semua hal bisa dilakukan dengan mudah, mulai berbagi informasi, berbagi foto, video dan hal-hal menarik lainnya. Mulanya facebook hanyalah media untuk berkomunikasi namun karena banyaknya aktivitas jual beli dalam jejaring sosial maka facebook menyediakan marketplace guna mewadahi berbagai kegiatan jual beli penggunanya. Namun facebook hanyalah sebagai pihak ketiga saja yang mana hanya memberikan tempat tanpa memberikan fasilitas pembayaran atau pengiriman barang dengan artian pengguna mesti mengatur kesepakatan dengan penjual tanpa adanya jaminan keamanan dan perantara.

Namun dalam transaksi online facebook ini masih banyak terjadi pelanggaran terhadap konsumen. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan pihak Facebook tidak memiliki suatu fasilitas keamanan. Banyaknya kemudahan yang ditawarkan dalam melakukan transaksi jual-beli online ini tentu juga dibaliknya terdapat dampak negatif yang dimana para konsumen juga perlu waspadai, mengingat transaksi jual-beli online ini tidak dapat bertemu dan bertatap muka secara langsung,

yang dimana hal tersebut dapat memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk melakukan perbuatan yang dapat melanggar hak-hak konsumennya, terkecuali apabila sebelumnya masing-masing pihak sudah membuat perjanjian terlebih dahulu untuk bertemu secara langsung.

Pada tahun 2022 YLKI melaporkan mengenai kendala e-commerce terkait 4 hal. Mulai dari barang tidak sesuai (20%), refund (32%), pembatalan sepihak (8%), dan barang tidak sampai (7%).Sementara itu, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menerima 1.136 aduan masyarakat terkait e- commerce dalam periode 2017 hingga Februari 2023 lalu. Untuk dua bulan pertama tahun ini, Ketua BPKN, Rizal Edy Halim mengungkapkan telah menerima 20 kasus soal belanja di e-commerce.

Salah satu contoh pelanggaran yang terjadi salah satunya kasus di Sukabumi. Kasus ini berawal saat NA mengunggah foto minyak goreng di akun Facebook miliknya.Di unggahan itu, ia mengaku menjual minyak goreng dengan harga murah dengan menyertakan nomor ponsel suaminya, KK. Korban yang melihat unggahan tersebut langsung menghubungi nomor ponsel di unggahan tersebut. Suami NA kemudian mengirimkan nomor ponselistrinya ke korban. Korban pun mulai berkomunikasi dengan NA menggunakan WhatsApp. Saat itu NA menawarkan minyak goreng dengan harga murah yakni Rp 140.000 per dus. Karena dianggap murah, korban pun memesan minyak goreng sebanyak 120 dus kepada NA. Sebagai uang muka, korban mentransfer 50 persen uang pembayaran yakni Rp 8,5 juta. Korban transfer menggunakan rekening BCA pada tanggal 1 Februari 2022. Setelah menerima transfer, NA berjanji akan mengirim minyak goreng ke korban keesokan harinya. Namun ternyata NA tak menepati janjinya dengan alasan harga minya naik. NA kemudian kembali menghubungi ponsel korban dan mengatakan belum bisa mengirimkan minyak goreng. Kali ini NA beralasan minyak goreng milikna tertahan oleh pihak kepolisian. Saat itu NA berjanji akan mengirimkan minyak pesanan korban pada Senin (7/2/2022). Ia juga meminta pelunasan sebesar Rp 9,3 juta. Korban percaya begitu saja dan memenuhi pelunasan pembelian minyak goreng seperti yang diminta NA. Ternyata minyak goreng yang dijanjikan NA tidak dikirim ke rumah korban, bahkan nomor handphone NA tidak aktif dan tidak bisa dihubungi. Korban pun melaporkan NA ke polisi. Ibu rumah tangga berusia 23 tahun itu kemudian ditangkap dan ditetapkan sebagai tersangka. Dari hasil tindakan penipuannya ini, NA mengaku telah meraup uang pembeli sebesar Rp 120 juta rupiah. Lalu adapun kasus di Kecamatan Citamiang yang mana Korban berniat membeli 1 unit laptop lewat aplikasi facebook, setelah adanya komunikasi dan transaksi melalui aplikasi Messenger dan WhatsApp korban setuju untuk melakukan pembayaran via transfer. Setelah korban mengirimkan bukti pembayaran kepada pelaku, pelaku pu mengkonfirmasi pengiriman barang tersebut. Namun ketika barang pesanan datang ke tangan korban barang yang datang bukanlah 1 unit laptop melainkan 2 buah buku tulis dan 8 buah batu kerikil.

Pelaksanaan jual beli melalui media internet terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman. Dalam Pasal 1320 KUHPerdata disebutkan bahwa syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal dapat diterapkan untuk menentukan keabsahan perjanjian jual beli elektronik. Dalam praktek e-commerce ini, syarat tersebut tidak terpenuhi secara utuh, terutama dalam hal kecakapan, karena sulit untuk mengetahui apakah para pihak dalam e-

commerce tersebut (terutama customer) sudah berwenang untuk melakukan suatu perbuatan hukum (jual beli melalui internet) atau tidak, selama transaksi dalam e-commerce tidak merugikan bagi kedua belah pihak, maka transaksi tersebut dianggap sah. Jadi dalam praktek e-commerce ini, syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata tidak terpenuhi secara utuh. Walaupun penjual dan pembeli tidak bertemu langsung, ketentuan mengenai hak dan kewajiban penjual dan pembeli tersebut tetap berlaku dalam transaksi jual beli secara elektronik. Artinya, hak dan kewajiban penjual dan pembeli harus dilaksanakan dengan benar.

Terjadinya perkara penipuan ini disebabkan oleh konsumen yang sering kali hanya dapat mengandalkan gambar dan deskripsi yang diposting oleh penjual, tanpa kemampuan untuk secara langsung memeriksa atau mencoba barang. Hal ini meningkatkan risiko menerima barang yang tidak sesuai dengan harapan. Di tahun 2022, Facebook sendiri mengeluarkan peringatan kepada penggunanya untuk berhati-hati saat membeli barang dari platform perdagangan karena banyak penipuan telah muncul. Sejak tahun 2016, Marketplace Facebook telah memberikan akses bagi orang untuk menjual barang secara gratis. Sayangnya, ada laporan mengkhawatirkan baru-baru ini tentang platform yang diduga digunakan untuk menipu pembeli. Dalam hal ini Facebook memberikan saran ketika sebuah iklan sebuah produk terlihat tidak jujur atau palsu kiranya dapat melaporkan hal tersebut sebaiknya berhenti berkomunikasi dengan pembeli atau penjual dan melaporkan dugaan penipuan itu ke Facebook.

Lemahnya posisi konsumen seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen. Faktor ketidak tahuhan konsumen, tidak jelasnya informasi terhadap barang/jasa yang diberikan pelaku usaha,tidak pahamnya konsumen pada mekanisme transaksi menjadi factor penyebab lemahnya kedudukan konsumen. Oleh karena itu, dalam rangka menciptakan iklim berusaha yg sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan melalui e-commerce, maka perlu diupayakan suatu bentuk pengaturan hukum yang baru sekaligus memadai yang mampu mengatur segala aktivitasnya.

Salah satu upaya dalam melindungi konsumen adalah adanya UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yang selanjutnya disebut dengan UUPK. Dalam pasal 4 UUPK dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak dalam transaksi jual beli ini yaitu hak mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi menggunakan media Facebook berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen serta untuk mengetahui upaya hukum yang dapat konsumen lakukan ketika mengalami kerugian akibat transaksi yang dilakukan melalui media facebook.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian yuridis normatif. Tipe penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif. Sebagai penelitian hukum normatif pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*Statuta Approach*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah studi kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Online Facebook Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pemerintah Indonesia memberikan perlindungan hukum yang komprehensif bagi konsumen dalam berbagai transaksi termasuk juga dalam transaksi online dalam platform facebook. UUPK (Undang – Undang Perlindungan Konsumen) merupakan kerangka hukum yang dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen serta memastikan bahwa produsen dan penyedia layanan bertanggung jawab atas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Aspek yang ada dalam UUPK mencakup hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, penyelesaian sengketa, serta sanksi pada kecurangan transaksi. Berdasarkan pasal-pasal yang relevan berikut merupakan penjeasan secara rinci mengenai perlindungan hukum konsumen :

Pasal 4 - Hak-Hak Konsumen

Dalam transaksi online konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen berhak merasa aman saat membeli barang/jasa secara online tanpa merasa terancam atau ditipu.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Konsumen berhak memilih barang/jasa pada tingkat harga yang wajar, wajar yang dimaksud yaitu sesuai dengan harga pasaran dan sesuai dengan nilai barang yang diterima dengan kondisi yang sesuai pula dengan perjanjian yang pernah dibeli. Disisi lain pelaku usaha dilarang untuk memaksa konsumen untuk memilih barang milik pelaku usaha tersebut, karena dapat merugikan konsumen.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Infrmasi yang jelas yang dimaksud adalah infrmasi menggunakan Bahasa yang mudah difahami oleh konsumen agar konsumen agar tidak terjebak dalam kondisi yang buruk saat memutuskan membeli barang / jasa yang diinginkan.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan. Hak untuk mengeluhkan atas kerugian yang barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Walaupun aturan hukum atas perlindungan sudah diberlakukan namun masih ada saja pelaku usaha yang sering kali tidak berorientasi pada kepentingan konsumen.
5. Hak atas advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Konsumen berhak mendapatkan bantuan hukum dan perlindungan dari lembaga yang berwenang dalam penyelesaian sengketa.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen. Pemerintah melakukan pembinaan dan pendidikan bagi konsumen melalui lembaga BPSK, namun terkadang kinerja BPSK kurang efektif. Hal ini bisa disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan masyarakat. Oleh karena itu, dalam UU PK, ada amanat untuk membentuk lembaga lain yang merupakan perpanjangan tangan pemerintah dalam melindungi konsumen, yaitu

LPKSM. LPKSM lebih mudah dijangkau oleh masyarakat karena unsur-unsurnya berasal dari masyarakat itu sendiri.

7. Untuk pembinaan dan pendidikan konsumen, pemerintah telah membentuk Direktorat Pemberdayaan Konsumen. Direktorat ini menggunakan pendekatan kebijakan yang berprinsip sebagai berikut:
 - a. *Smart Policy* dan *Smart Regulator*, Kebijakan dibuat atau dikembangkan untuk lebih melindungi konsumen, termasuk melalui analisis terhadap penggunaan produk.
 - b. *Smart Customer*, Masyarakat diberdayakan agar lebih memahami dan memperhatikan hak dan kepentingannya sebagai konsumen. Upaya ini bisa dilakukan melalui penerbitan kualitas produk dan pertemuan dengan para ahli di bidang Perlindungan Konsumen, sehingga konsumen menjadi lebih sadar akan hak-hak mereka.
 - c. *Smart Partnership*, Perlindungan konsumen dilakukan dengan mengembangkan lembaga-lembaga perlindungan konsumen yang sudah ada, misalnya dengan meningkatkan program-program di BPSK atau memberikan peningkatan fasilitas bagi LPKSM agar dapat melayani konsumen lebih baik.
8. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Konsumen berhak mendapatkan perlakuan yang adil dan tidak diskriminatif dari penjual. Hak untuk dilayani secara benar dan jujur berarti pelaku usaha harus memberikan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang mereka jual. Misalnya, jika produk yang dijual adalah laptop bekas, pelaku usaha harus memberitahukan kondisi laptop yang sebenarnya. Sedangkan hak untuk diperlakukan tidak diskriminatif berarti pelaku usaha harus memperlakukan semua konsumen dengan adil tanpa membeda-bedakan. Sebagai contoh, pelaku usaha harus bersikap sopan kepada semua konsumen, baik yang terlihat kaya maupun yang tampak kurang mampu. Pelayanan diskriminatif seperti ini dilarang dalam UU PK. Semua konsumen harus mendapatkan kepuasan batin, misalnya dengan pelayanan yang sopan. Pelayanan yang tidak diskriminatif ini juga memberikan keyakinan bagi konsumen untuk membeli produk tanpa mempertanyakan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha.
9. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi ganti kerugian yaitu Apabila ada barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian bisa dilakukan melalui beberapa cara-cara yang bisa ditempuh misalnya dengan cara musyawarah ataupun melalui badan peradilan adanya ketidak sesuaian antara barang yang diterima dan yang diperjanjikan, bisa dituntut ganti kerugian dengan dasar adanya wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha .

Pasal 8 - Larangan Pelaku Usaha

Pelaku usaha dilarang melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangan

undangan. Penjual tidak boleh menjual produk/jasa yang tidak memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan.

2. Memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut. Produk harus sesuai dengan informasi yang tercantum pada label atau etiket.
3. Memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya. Produk harus sesuai dengan ukuran, takaran, atau jumlah yang dijanjikan.
4. Memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana yang dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut. Produk harus sesuai dengan deskripsi yang diberikan.
5. Memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut. Produk harus memenuhi kualitas dan spesifikasi yang diiklankan.
6. Memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Produk harus memenuhi semua janji dan klaim yang dibuat dalam iklan atau promosi.

Pasal 9 Larangan Penawaran/Penjualan

Pelaku usaha dilarang melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, hadiah, perlombaan, dan/atau penawaran dagang lain dengan maksud untuk tidak melakukan sesuai dengan yang dijanjikan. Penjual tidak boleh melakukan promosi atau iklan yang menyesatkan konsumen.
2. Menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana yang dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut. Iklan harus sesuai dengan kondisi nyata produk/jasa yang dijual.

Pasal 19 - Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pelaku usaha bertanggung jawab untuk melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Penjual harus bertanggung jawab atas segala kerugian yang dialami konsumen akibat produk/jasa yang dijual.
2. Ganti rugi 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. Konsumen berhak

mendapatkan ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang, penggantian produk, atau kompensasi lainnya.

Pasal 22 - Penarikan Barang

Pelaku usaha wajib melakukan hal berikut :

Menarik barang dari peredaran apabila barang tersebut terbukti tidak sesuai dengan standar yang ditentukan atau berbahaya bagi konsumen. Penjual harus menarik kembali produk yang terbukti tidak memenuhi standar atau berbahaya bagi konsumen.

Sesuai dengan Pasal 4 huruf (h) apabila konsumen mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan maka konsumen dapat menuntut haknya agar mendapat barang yang sesuai, begitu pula pelaku usaha berwajiban untuk memberi kompensasi atau ganti rugi jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai deskripsi atau kondisi yang telah dijelaskan pada konsumen sebelum adanya kesepakatan sesua dengan Pasal 19 UUPK. Apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar”.

Saat ini penulis menemukan para konsumen lebih memilih untuk tidak mempertahankan haknya karena merasa menyusahkan diri ketika harus melaporkan sengketanya ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) atau Badan Perlindungan Konsumen lainnya. Lambannya respon instansi terkait menjadi sebab para konsumen mengabaikan haknya.

Upaya hukum yang dapat konsumen lakukan jika mengalami kerugian akibat jual beli barang online melalui media facebook

Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat jual beli barang online melalui media Facebook bisa dijelaskan melalui beberapa langkah, termasuk langkah-langkah administratif dan peradilan. Pertama, konsumen bisa melaporkan kejadian tersebut ke Facebook. Meskipun platform ini tidak secara langsung menangani sengketa konsumen, pelaporan bisa membantu mencegah kejadian serupa di masa mendatang. Kedua, ketika konsumen dirugikan maka konsumen memiliki hak untuk mendapatkan pendampingan hukum yang bisa saja diberikan secara cuma-cuma salah satunya adalah melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang dapat membantu masyarakat untuk bisa berkonsultasi sebelum adanya transaksi. Selain adanya LPKSM pemerintah juga menjamin perlindungan konsumen dengan adanya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan menggunakan proses penyelesaian alternatif sengketa (Alternative Dispute Resolution/ADR) dengan penyelesaian sebagai berikut :

1. Mediasi

Mediasi dalam penyelesaian sengketa konsumen adalah proses alternatif penyelesaian sengketa (Alternative Dispute Resolution/ADR) yang melibatkan pihak ketiga netral (mediator) untuk membantu para pihak yang bersengketa mencapai kesepakatan secara damai. BPSK menjadi perantara dan penasehat yang berada dalam posisi netral diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah tanpa ada pihak yang dirugikan dan menghasilkan win-win solution sesuai dengan Pasal 1 ayat 10 Keputusan Menteri No.350/2001. Mediasi menawarkan cara yang lebih cepat, murah, dan fleksibel dibandingkan dengan proses litigasi di pengadilan.

2. Konsiliasi

Konsiliasi merupakan metode penyelesaian sengketa konsumen yang efektif dan efisien. Dengan bantuan konsiliator yang netral, konsumen dan penjual dapat menyelesaikan sengketa mereka secara damai dan cepat. Pada dasarnya konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan adanya pihak ketiga sebagai konsiliator guna mengusulkan solusi penyelesaian sengketa kepada para pihak dan penyelesaiannya di putuskan oleh kesepakatan para pihak. Dasar dari konsiliasi yaitu Pasal 1 ayat 9 Keputusan Menteri No.350/2001. Untuk mengoptimalkan penggunaan konsiliasi, diperlukan edukasi dan promosi tentang manfaat serta proses konsiliasi kepada masyarakat luas.

3. Arbitrase

Arbitrase adalah metode penyelesaian sengketa konsumen yang menawarkan kepastian hukum, kecepatan, dan privasi. Dengan dukungan arbiter yang netral dan berpengalaman, konsumen dan penjual dapat menyelesaikan perselisihan mereka secara efisien. Keputusan yang dihasilkan oleh arbiter dalam arbitrase bersifat mengikat dan final. Penyelesaian sengketa dengan cara arbitrase dilakukan dengan 3 tahapan yaitu persiapan, pemeriksaan, dan pelaksanaan.

Meskipun pemerintah telah berupaya maksima untuk melindungi konsumen, terdapat beberapa hambatan yang masih dihadapi. Pertama, proses hukum yang rumit dan mahal sering kali memakan waktu lama dan biaya yang tidak sedikit. Hal ini dapat menghalangi konsumen, terutama yang mengalami kerugian dalam jumlah kecil, untuk menempuh jalur hukum. Kedua, penjual yang menggunakan akun palsu atau anonim menyulitkan konsumen untuk melacak dan menuntut mereka secara hukum. Ketiga, konsumen sering kali kesulitan mengumpulkan bukti yang cukup untuk mendukung klaim mereka, seperti transaksi, komunikasi dengan penjual, atau identitas penjual. Selain itu, ketidaktahuan konsumen tentang hak-hak mereka atau prosedur hukum yang harus ditempuh untuk menyelesaikan sengketa juga menjadi hambatan. Keempat, keterbatasan regulasi dan penegakan hukum sering kali menjadi masalah, meskipun ada undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen. Penegakan hukum di dunia maya lebih kompleks dibandingkan dengan di dunia nyata, ditambah lagi dengan tantangan geografis dan yuridiksi. Jual beli online sering kali melibatkan pihak-pihak dari lokasi yang berbeda, bahkan lintas negara, yang menambah kompleksitas dalam penanganan kasus dan penegakan hukum.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan di atas maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online Facebook berdasarkan undang-undang nomor 8 1999 tentang perlindungan konsumen adalah sebagaimana pasal 4 UUPK yang menyebutkan bahwasanya konsumen berhak mendapatkan untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Sebagaimana pasal 19 menyebutkan bahwa pelaku usaha juga bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau di perdagangkan jika pelaku usaha melanggar hal tersebut maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan pasal 62 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan hukuman paling lama 5 tahun penjara dan denda paling banyak 2 miliar.

Upaya hukum yang dapat konsumen lakukan jika mengalami kerugian akibat jual beli barang online di media sosial Facebook konsumen dapat melaporkan kejadian tersebut ke platform Facebook itu sendiri, meskipun Facebook tidak secara langsung menangani sengketa pelaporan dapat membantu mencegah kejadian serupa di masa yang akan datang. Jika konsumen dirugikan dengan nominal yang besar maka konsumen dapat mendapatkan pendampingan hukum dari Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) juga dapat melaporkan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) guna memproses penyelesaian sengketa dengan penyelesaian menggunakan mediasi konsiliasi, dan arbitrase.

Berdasarkan Kesimpulan tersebut maka penulis memberikan saran kepada Pemerintah bahwa dalam meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum pemerintah harus bisa meningkatkan pengawasan terhadap aktivitas jual beli online khususnya platform seperti Facebook serta melakukan tindakan tegas terhadap penjual yang terbukti melakukan pelanggaran termasuk sanksi administratif hukum. Badan Perlindungan Konsumen atau instansi perlindungan konsumen diharapkan dapat mengadakan sosialisasi prosedur pengaduan yang jelas dan mudah diakses bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh transaksi online, meningkatkan kapasitas perannya agar lebih efektif dalam menjalankan fungsi pengawasan, pengaduan, dan advokasi konsumen yang melibatkan masyarakat. Serta menyediakan layanan pengaduan yang responsif dengan mekanisme pemrosesan yang cepat dan transparan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.

H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2004

Johnny Ibrahim, *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007.

Muhammad Siddiq Armia, *Penentuan Metode & Pendekatan Penelitian Hukum*, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia (LKKI), 2022

Undang - Undang

Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Jurnal dan Makalah

I Made Dwija Di Putra dan Ida Ayu Sukihana, , “*Kedudukan Penyedia Aplikasi Terkait Ketidaksesuaian Barang Yang Diterima Oleh Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*”, Kerta Semaya Vol 01 No 10, (2018).

Nafan, Wahyu Elma (2011), *Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Secara Online Dengan Menggunakan Media Facebook (Skripsi)*, Universitas Jember, 2011.

Elisatris Gultom, *Cyber Law: Suatu Pengantar Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Electronic Commerce*, Elips, Bandung.

Siagian, Rikha Yullina (2020), Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Penjualan Telephone Seluler (HP) di Toko Ferry Indo Cell, Universitas Internasional Batam.

Internet

Bestari, Novina Putri, (2023), *Korban Penipuan Ecommerce RI Makin Banyak, Cek Data Terbaru!*, CNBC Indonesia. Diakses tanggal 30 Januari 2024.

Sugiharto, 2022, *Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar*, Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Diakses pada 1 Februari 2024.