

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JUAL  
BELI ONLINE TERHADAP TENGGANG  
WAKTU PEMBERIAN GARANSI**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 Dalam Ilmu Hukum**

**OLEH :**

**Ride Barsela**

**NPM 5120600255**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**  
**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JUAL BELI ONLINE**  
**TERHADAP TENGGANG WAKTU PEMBERIAN GARANSI**

**Ride Barsela**

**5120600255**

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Tegal, 23 Agustus 2024

Pembimbing I



**Dr. H. Mukhidin, S.H., M.H.**  
NIDN. 0621076101

Pembimbing II



**Erwin Aditya Pratama, S.H., M.H.**  
NIDN. 0629089001

Mengetahui

Dekan,



**Dr. H. Achmad Irwan Hamzani, S.H.I., M.Ag.**  
NIDN. 0615067604

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JUAL BELI ONLINE**  
**TERHADAP TENGGANG WAKTU PEMBERIAN GARANSI**

**Ride Barsela**  
**NPM 5120600255**

Telah Diperiksa dan Disahkan oleh  
Tegal, 23 Agustus 2024

Dr. H. Achmad Irwan Hamzani, S.H.I., M.Ag. (Ketua Sidang)

Dr. H. Achmad Irwan Hamzani, S.H.I., M.Ag. (Penguji I)

Dr. Nuridin, S.H., M.H. (Penguji II)

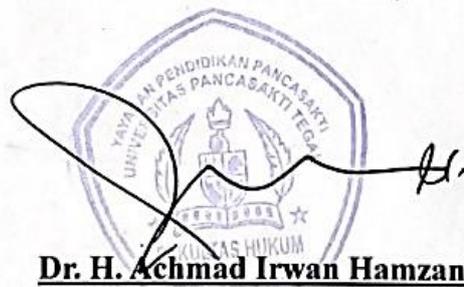
Dr. H. Mukhidin, S.H., M.H. (Pembimbing I)

Erwin Aditya Pratama, S.H., M.H. (Pembimbing II)



Mengetahui

Dekan,



**Dr. H. Achmad Irwan Hamzani, S.H.I., M.Ag.**

NIDN. 0615067604

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ride Barsela  
NPM : 5120600255  
Tempat/Tanggal Lahir : Tegal, 2 April 2001  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Judul : **PERLINDUNGAN HUKUM  
KONSUMEN JUAL BELI ONLINE  
TERHADAP TENGGANG WAKTU  
PEMBERIAN GARANSI**

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya penulis sendiri, orisinal dan tidak dibuatkan oleh orang lain serta belum pernah ditulis oleh orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan penulis ini tidak benar, maka penulis bersedia gelar Sarjana Hukum (S.H.) yang telah penulis peroleh dibatalkan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Tegal, 23 Agustus 2024

Yang menyatakan,



**RIDE BARSELA**

NPM 5120600255

## ABSTRAK

Perlindungan hukum bagi konsumen jual beli online terhadap tenggang waktu pemberian garansi adalah penting untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan perlindungan yang tepat dan sesuai dengan ketentuan. Perlindungan hukum konsumen dalam belanja online terhadap tenggang waktu pemberian garansi menunjukkan bahwa konsumen berhak mendapatkan barang yang sesuai dengan informasi yang diberikan. Jika barang tidak sesuai, konsumen dapat menuntut kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian. Garansi yang diberikan oleh pelaku usaha harus sesuai dengan ketentuan hukum dan asas kepastian hukum, yang menjamin keadilan dan perlindungan bagi konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Perlindungan hukum konsumen dalam belanja online tersebut dibentuk dan diterapkan, serta bagaimana perlindungan hukum berfungsi dalam konteks tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian Kepustakaan (*Library Research*). Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kegiatan penelaahan terhadap berbagai macam buku, literatur, catatan, jurnal maupun berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah Yuridis Normatif. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan penulis adalah primer sumber hukum yang bersifat otoritatif yang artinya mempunyai otoritas. Peneliti menggunakan metode analisis data kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen belanja online terhadap tenggang waktu pemberian garansi diatur oleh perundang-undangan yang berlaku dan diimplementasikan melalui mekanisme hukum yang tersedia. Upaya Perlindungan yang dilakukan konsumen adalah dengan berkomunikasi secara kekeluargaan dengan meminta ganti rugi kepada pelaku usaha dan melaporkannya ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pelaku usaha dan peneliti lainnya untuk meningkatkan praktik bisnis dan perlindungan konsumen.

**Kata Kunci:** *Perlindungan Konsumen, Belanja Online, Tenggang Waktu Pemberian Garansi*

## ABSTRACT

*Legal protection for online buying and selling consumers regarding the warranty period is important to ensure that consumers receive appropriate protection and comply with the provisions. Consumer legal protection in online shopping regarding the guarantee period shows that consumers have the right to get goods that match the information provided. If the goods do not conform, consumers can demand compensation, compensation and/or replacement. Guarantees provided by business actors must be in accordance with legal provisions and the principle of legal certainty, which guarantees justice and protection for consumers.*

*This research aims to understand how consumer legal protection in online shopping is formed and implemented, as well as how legal protection functions in this context. In this research, researchers used the type of library research. This type of research is a type of research that uses data collection techniques through reviewing various kinds of books, literature, notes, journals and various reports related to the problem to be solved. research. The research approach used by researchers is Normative Juridical. In this research, the data source used by the author is primary legal sources which are authoritative, which means they have authority. Researchers used quantitative data analysis methods.*

*The results of this research indicate that legal protection for online shopping consumers regarding the guarantee period is regulated by applicable legislation and implemented through available legal mechanisms. Consumer protection efforts are carried out by communicating in a friendly manner by asking for compensation from business actors and reporting it to the Consumer Dispute Resolution Agency. It is hoped that the results of this research can be used by business actors and other researchers to improve business practices and consumer protection.*

**Keywords:** *Consumer Protection, Online Shopping, Guarantee Period*

## MOTTO

٣٧. وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا

“Dan janganlah engkau berjalan di bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya engkau tidak akan dapat menembus bumi dan tidak akan mampu menjangkau setinggi gunung.” (Q.S. Al-Isra : 37)

*Lex dura sed, ita scripta.*

(Hukum itu kejam, tetapi harus ditegakkan.)

“Kamu harus berhasil dulu baru bisa dihargai,  
terkesan kejam tapi dunia butuh pembuktian.”

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT., yang telah memberikan saya kekuatan serta kemudahan dalam segala urusan, sehingga saya berhasil menyelesaikan studi strata 1 ini. Rasa syukur dan bahagia ini akan saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Slamet Bekti, S.H. dan Ibu Nining Bariyah, yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi Strata 1 dalam Ilmu Hukum ini.
2. Saudara dan kaka saya, Dicki Lutfi Ramadhan dan Dita Nisela Yang memberikan dukungan dan doa dalam penyelesaian perkuliahan ini.
3. Teman-Teman saya, Adi Prayoga dan Tri Mayli yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Calon pendamping hidup, meski belum diketahui namanya, tapi berkat doanya, seluruh rangkaian penyelesaian Studi Strata 1 dapat diselesaikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Online Terhadap Tenggang Waktu Pemberian Garansi"

Penulisan skripsi ini merupakan bagian dari syarat untuk menyelesaikan program studi di Universitas Pancasakti Tegal. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Taufiqulloh, M.Hum. (Rektor Universitas Pancasakti Tegal)
2. Dr. Achmad Irwan Hamzani (Dekan Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal)
3. Dr. Soesi Idayanti, S.H., M.H. (Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal)
4. Fajar Dian Aryani, S.H., M.H. (Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal)
5. Dr. H. Mukhidin, M.H. (Dosen Pembimbing I) dan Erwin Aditya Pratama, S.H., M.H. (Dosen Pembimbing II) yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan kritik konstruktif selama proses penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Segenap jajaran bagian Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal yang turut memberikan banyak bantuan dan pengarahan kepada penulis selama perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua orang tua Bapak Untung Subegjo dan Ibu Sofa'atun yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi untuk menuju kesuksesan.
9. Kekasih yang selalu memberikan dukungan selama pengerjaan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan motivasi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya

Tegal, 24 Juli 2024



Ride Barsela

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Urgensi Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian.....	13
2. Pendekatan penelitian.....	13
3. Data Penelitian.....	14
4. Metode Pengumpulan Data.....	15
5. Metode Analisis Data .....	16
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL.....	17
A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli.....	17
1. Pengertian Umum Tentang Jual Beli .....	17

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	22
1. Sejarah Singkat Jual Beli Online ( <i>E-Commerce</i> ).....	22
2. Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	24
3. Mekanisme Transaksi Jual Beli Online ( <i>E-Commerce</i> ).....	28
4. Jenis Jenis <i>E-Commerce</i> .....	30
C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	31
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	31
2. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	35
3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	41
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Pengaturan Hukum Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online.....	44
B. Penyelesaian Sengketa Konsumen Terhadap Tenggang Waktu Garansi pada Jual Beli Online.....	53
BAB IV PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era digital saat ini, perdagangan berkembang dengan sangat pesat, memungkinkan kita membeli berbagai macam barang dan jasa dengan cepat dan mudah. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya keinginan masyarakat terhadap produk dan jasa sehingga mendorong produsen berlomba-lomba menyediakan barang berkualitas tinggi. Salah satu cara produsen dapat meningkatkan pendapatannya adalah melalui penjualan online. Dengan hanya mengandalkan media sosial, masyarakat dapat dengan cepat dan mudah mencari dan membeli barang yang mereka butuhkan.

Pelanggan tidak perlu mengangkut barang belanjaan berukuran besar ke luar rumah. Akibatnya, belanja internet menjadi semakin umum di kalangan konsumen. Pembelian online populer karena sejumlah alasan, termasuk penghematan biaya, waktu, dan energi. Banyak pasar online yang memfasilitasi pembelian dan penjualan barang juga memberikan insentif yang menguntungkan bagi anggotanya, seperti diskon besar atau pengiriman gratis dari penjual ke pembeli. Jaminan terhadap barang juga penting saat membeli secara online agar pelanggan dapat meminta pengembalian dana atau meminta pertanggungjawaban pihak-pihak jika ada masalah dengan pengiriman atau barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan.

Jual beli merupakan hal yang lumrah dalam masyarakat Indonesia; individu terlibat dalam tindakan ini setiap hari. Salah satu cara berpikir jual beli adalah sebagai transaksi antara dua pihak: pembeli berperan sebagai konsumendan penjual berperan sebagai pelaku usaha. Dalam transaksi yang melibatkan

pembelian dan penjualan, ada kalanya ada pihak yang dirugikan, khususnya pelanggan. Misalnya, ketika vendor menggunakan ketidakjujuran dan penipuan sebagai taktik bisnis untuk memasarkan barang mereka, pelanggan akan dirugikan. Oleh karena itu, Indonesia mengeluarkan undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen.<sup>1</sup> Tidak sedikit masyarakat Indonesia yang belum tahu apa saja pentingnya hukum perlindungan konsumen, terutama untuk kegiatan jual beli.

Beberapa kelebihan dan kekurangan belanja online, Kelebihan saat berbelanja online diantara lain :

1. Biaya biasanya lebih rendah. Tentu saja kita bisa mendapatkan semua yang kita inginkan dengan harga terjangkau ketika kita berbelanja online. Untuk alasan apa hal ini terjadi? Dengan platform internet, vendor lebih cenderung menawarkan harga yang relatif rendah untuk menarik lebih banyak klien. Selain itu, mendominasi harga di media online merupakan sebuah tantangan karena, sebagai konsumen, kita dapat dengan mudah menemukan pengecer online alternatif dengan biaya lebih rendah. Tidak ada modal lagi untuk menjaga harga jual jika barang ditawarkan secara online karena pedagang tidak perlu menyewa kios untuk membuat barangnya.

---

<sup>1</sup> Putri Asyifa, “ Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli”, *Jurnal Management Bisnis*, Volume 3, Nomor 01, July 2021, hlm 13

2. Waktu yang dapat disesuaikan. Kita mungkin memulai pasar online untuk membeli sepatu yang kita inginkan daripada beristirahat dari pekerjaan mengunjungi mal untuk membeli sepatu. Tentu saja, ada banyak kebebasan jadwal. Selain itu, pembayaran kartu kredit untuk pesanan online kini dapat dilakukan! Dengan kata lain, dia cukup muda dan fleksibel.
3. Variasi produk lebih banyak. Pilihan kita bisa lebih terbatas jika kita langsung menuju ke toko. Anda harus pindah meskipun ada banyak perubahan, yang memerlukan biaya waktu, uang, dan tenaga. Jika kita cukup menggeser jari untuk berpindah antar toko, kita bisa memiliki akses ke pilihan produk yang jauh lebih luas dibandingkan saat kita berbelanja online.

Adapun kekurangan pada saat berbelanja online antara lain :

1. Penggantian biaya atas terlambatnya proses *shipping* Anda mempunyai masa penangguhan atau masa tunggu bahkan setelah Anda membayar barang karena pemrosesan memerlukan waktu. Faktanya, banyak retailer internet yang menggunakan layanan *Cash on Delivery* (COD), sehingga Anda tidak perlu membayar hingga produk dikirimkan. Namun, sebagian besar pelanggan melakukan *payment* pada saat menangani barang dagangan.
2. Pengiriman Karena Anda benar-benar dapat membeli secara online di toko online di seluruh dunia, Anda akan mengeluarkan biaya ekstra saat pengiriman. Jika lokasi penjualan anda lebih jauh dari alamat anda, semakin banyak biaya yang dikeluarkan untuk pengiriman. Biaya yang dikeluarkan akan lebih banyak jika anda berbelanja diluar negeri dibandingkan anda berbelanja didalam negeri.
3. Packing yang kurang baik akan memungkinkan adanya kerusakan pada barang.

4. Mudah untuk ditipu Meskipun belanja online sangat populer dan banyaknya pengecer online yang dapat diandalkan, penipuan masih tetap ada. Bahkansaat ini, masih banyak yang memangsa pembeli internet yang kurang canggih. Oleh karena itu, Anda perlu berhati-hati agar tidak tertipu karena jika melakukannya, Anda akan kehilangan uang karena ditipu dan bukannya menerima tawaran yang bagus.
5. Hal-hal yang tidak sesuai harapan. Seringkali gambar yang kita lihat dan apa yang kita terima tidaklah sama. Untuk mengatasi masalah ini, sebelum melakukan pembelian, cari tahu ukuran dan komposisi barangnya. warna, dll. Satu hal yang pasti: sangat ideal untuk membeli produk yang sangat direkomendasikan.

Karena setiap orang adalah konsumen, menjaga konsumen juga berarti menjaga masyarakat secara keseluruhan. Pemerintah menetapkan UUD Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk menjamin terlaksananya perlindungan konsumen. Selain itu, para pelaku komersial menjadikan konsumen sebagai target operasinya dalam upaya meraih keuntungan yang signifikan.<sup>2</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan konsumen sebagai seseorang yang menggunakan produk yang diciptakan.

---

<sup>2</sup> Inthan Juwita Ndun “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Suku Cadang Sepeda Motor Honda*” Surabaya, 2018, Link: <https://www.neliti.com/id/publications/265550/perlindungan-hukum2-jika-konsumen-atasgaransi-suku-cadang-sepeda-motor-honda>, Diakses pada tanggal 1 November 2023, Pukul 23.40 WIB.

Sementara itu, sebagaimana dimaksud pada Pasal ayat (2), setiap orang yang memanfaatkan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh masyarakat, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dianggap sebagai seorang konsumen.

Menjaga keamanan pelanggan adalah bagian penting dari operasi bisnis yang etis. Dalam praktik bisnis yang sehat, terdapat keseimbangan perlindungan hukum bagi konsumen, pelaku korporasi, dan pemerintah. Tanpa adanya perlindungan yang seimbang, nasabah akan berada dalam situasi genting.<sup>3</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan consumer sangat menekankan perlunya perlindungan konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 30, pemerintah, masyarakat, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Non Pemerintah (LPMSM) dikenakan pembatasan ketat yang mengatur kewenangan pengawasannya terhadap pelaku usaha.<sup>4</sup>

Pelanggan tentu saja ingin mendapatkan produk terbaik mereka membeli produk atau layanan tanpa kejutan atau kegagalan fungsi yang tidak menyenangkan. Garansi adalah jaminan bahwa produk tersebut sesuai atau bebas dari cacat. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan jaminan sebagai jaminan atau janji.

---

<sup>3</sup> Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia edisi I* Jakarta, Rajawali Pers, 2011.

<sup>4</sup> Roy Facharby Ginting, Rindam Bestari Saragih Galingging, “*Perlindungan Oleh Hukum Terhadap Konsumen Atas Garansi Produk Dalam Hukum Bisnis*” Medan, 2 (2), 2021, <https://journal.universitasaudi.ac.id/index.php/JJR/article/view/69> , Diakses pada tanggal 2 November 2023, Pukul 00.35 WIT.

Sedangkan garansi secara umum dipahami sebagai jaminan dari produsen bahwa konsumen akan menerima produk berkualitas tinggi, memenuhi spesifikasi, dan berfungsi sebagaimana mestinya dalam jangka waktu tertentu. Garansi ini mungkin berlaku untuk seluruh atau sebagian komponen produk. Jaminan dimaksudkan untuk membina dan meningkatkan kebahagiaan klien.<sup>5</sup>

Jaminan tersebut dapat berupa penukaran barang yang dibeli untuk ukuran lain atas nilai barang tersebut, atau dapat pula berupa jasa perbaikan kerusakan barang atau tersedianya suku cadang asli dari pabrikan yang sama (tetapi bukan sebagai sarana kanibalisasi terhadap penggantian komponen barang tersebut). Laju brapa lama jaminan minimal ketersediaan suku cadangnya? Jangka waktu satu tahun datur pada Pasal 25 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang telah dikutip sebelumnya. Perlu disebutkan bahwa karena editorial artikel ini menciptakan dua makna secara bersamaan, maka tidak memenuhi standar kebahasaan Indonesia yang semestinya.<sup>6</sup>

Jangka waktu satu tahun dapat ditafsirkan dalam dua cara: baik sebagai tahun penggunaan barang tanpa terputus, atau sebagai tahun penyediaan suku cadang mulai dari tanggal pembelian (setelah penjualan). Tentu saja, arti kedua garansi suku cadang selama setahun setelah barang dibeli paling masuk akal. Di sini juga, penafsiran linguistik terhadap interaksi konsumen sangat terbatas.

---

<sup>5</sup> Agesha Marsyaf, "Pengaruh Garansi, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Moorlife di Kota Jambi", *Jurnal Manajemen dan Sains*, 6 (2), 2021, hlm. 464, <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/download/311/238#> , Diakses pada tanggal 2 November 2023, Pukul 01.05 WIB.

<sup>6</sup> Sidarta, "*Garansi dan Perlindungan Konsumen*": Binus Universitas, 14 Oktober 2015, <https://business-law.binus.ac.id/2015/10/14/garansi-dalam-layanan-purnajual-dan-perlindungan-konsumen/>, Diakses pada tanggal 2 November 2023, Pukul 01.40 WIB.

Jaminan tidak boleh hanya bergantung pada persetujuan pihak-pihak yang bertransaksi. Menurut Pasal 7 huruf e UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satu tugas pelaku usaha adalah memberikan kesempatan kepada kliennya untuk menguji barang atau jasa tertentu serta jaminan dan/atau jaminan atas barang yang diciptakan atau ditukar.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertuju untuk membuat penelitian hukum normatif dengan judul **“Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli Online Terhadap Tenggang Waktu Pemberian Garansi”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Bentuk-bentuk mengenai tenggang waktu pemberian garansi terhadap pelaku usaha *Online Shop* kepada konsumen yang mengalami kerugian.; (2) Perlindungan hukum yg diberikan kepada penjual *Online Shop* kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat kerusakan pada barang yang baru dibelinya; dan (3) Upaya penyelesaian sengketa konsumen yang timbul akibat barang yang diterimanya bermasalah yang tidak bisa diretur karena pemberian tenggang garansi yang terlalu cepat. Yang diharapkan pada penelitian ini tentunya dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang perlindungan konsumen, serta memberikan manfaat bagi konsumen, pelaku usaha, dan pihak-pihak terkait lainnya dalam usaha *Online Shop*.

**B. Rumusan Masalah**

Pada latar belakang pokok bahasan tersebut penulis merumuskan dua rumusan masalah dalam skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaturan hukum terhadap perlindungan konsumen pada jual beli online?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa konsumen terhadap tenggang waktu garansi jual beli online?

**C. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa perlindungan konsumen dalam jual beli belanja online
2. Untuk menganalisa ketentuan hukum mengenai tenggang waktu pemberiangaransi dalam belanja online diatur dalam peraturan dan undang-undang yang berlaku.

**D. Urgensi Penelitian**

*E-commerce* menjadi tren yang populer karena kemudahan yang ditawarkannya, seperti tidak perlu pergi ke toko fisik untuk membeli barang. Dan pentingnya kepuasan konsumen dalam membeli barang agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha online shop. Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam e-commerce, karena beberapa karakteristiknya dapat menempatkan konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan. Dengan adanya penelitian ini mempunyai tujuan mengevaluasi konsumen agar mendapat perlindungan hukum terhadap tenggang waktu pemberian garani oleh pelaku usaha online shop. Perlindungan ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Hak Konsumen dan praktik yang ada di bidang ini.

Karena pengecer internet adalah salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia, penelitian ini sangat relevan. Pelanggan yang terdesak waktu namun tetap harus memenuhi kebutuhannya dapat memperoleh kemudahan dalam bisnis online karena dapat dengan cepat memperoleh apa yang diinginkannya. Selain itu, produk dikirimkan langsung ke alamat pelanggan, sehingga dapat menghemat biaya, misalnya dengan mencegah pembeli yang lapar dan antisipatif. Namun, selain keuntungan yang diberikan kepada pelaku usaha online shop, mereka juga mempunyai risiko yang dapat menimbulkan kerugian bagi pelanggan, seperti barang tidak sesuai, barang bermasalah, atau bahkan rusak tidak bisa dipakai karena kecerobohan dari pihak pelaku usaha online shop yang kurang baik dalam mengemas/packing barang yang menurutnya rawan pecah atau rusak kalau tidak di kasih sticker peringatan di box/packing agar pihak ekspedisi lebih berhati hati dalam mengantar barang bawaan tersebut. Kerugian tersebut bisa memberikan dampak buruk kepada konsumen baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Jaminan adalah suatu bentuk layanan pasca transaksi konsumen yang diberikan atas penggunaan barang. Konsumen berhak memperoleh perlindungan hukum atas kerugian yang timbul akibat kesalahan dari pelaku usaha online shop karena dianggap sebagai pihak yang lebih lemah dalam hubungan kontrak. UU Perlindungan Konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen dan badan usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Prinsip dasar perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Diantaranya adalah asas kepastian hukum, keseimbangan, keadilan, persamaan perlakuan,

tanggung jawab, dan asas pemberdayaan.

Masih ada konsumen industri yang belum mengetahui hak haknya sebagai konsumen dan cara memperoleh ganti rugi atau kerugian akibat kelalaian karyawan. Selain itu, masih terdapat bisnis yang terus mengabaikan atau gagal membantu menyelesaikan keluhan dan permintaan pelanggan. Hal ini mengakibatkan konsumen seringkali merasa tidak puas dan tidak merasa adil atas kerugian yang akan dideritanya. Oleh karena itu, Studi-studi ini bermanfaat bagi penulis, pemerintah, pengecer internet, dan pelanggan baik secara teoritis maupun praktis. Selidiki Manfaat teoritis dan praktis yang berasal dari penelitian ini. Manfaat teori yaitu dengan dilakukannya penelitian ini bersifat teoritis dan praktis. Keuntungan teoritisnya adalah bahwa buku ini berfungsi sebagai sumber pemikiran untuk kemajuan pengetahuan hukum pada umumnya dan hukum hak cipta pada khususnya. Sebagai sumber informasi bagi pelanggan yang berbelanja online dan ingin mengetahui lebih lanjut tentang perlindungan hukumnya, khususnya terkait masa garansi. Manfaat Praktis penelitian ini yaitu semakin menambah wawasan mengenai hukum, khususnya yaitu bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen belanja online terhadap tenggang waktu pemberian garansi. indonesia, dijadikan sebagai sumber ilmu pengetahuan dan diharapkan agar dapat dijadikan pedoman bagi semua orang baik bagi penulis sendiri maupun bagi masyarakat luas.

## E. Tinjauan Pustaka

1. Ghina Azmita Kamila (2020), "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Produk Elektronik*". Tesis ini membahas tentang pemahaman hubungan hukum terhadap hak Perlindungan Konsumen atas penjaminan produk elektronik sesuai dengan Pasal 1 Angka 8 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19/M-DAG/PER/4/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan Manual) dan Kartu Garansi/Jaminan Purna Jual. Menurut pasal 7 huruf e Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satu tanggung jawab pelaku usaha adalah memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau menjamin barang yang diproduksi dan/atau ditukarkannya. Istilah tindakan "kualitatif" digunakan dalam peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen serta peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen lainnya yang masih berlaku untuk mengevaluasi upaya menjamin kejelasan hukum tidak sama.<sup>7</sup>
2. Ricardo Farera (2020), "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) di Pekanbaru*". Skripsi ini membahas tentang faktor-faktor penyebab terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak perlindungan.

---

<sup>7</sup> Surabaya, 2020, Link: <https://repository.unair.ac.id/98261/3/4.%20BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf>, Diakses pada tanggal 3 November 2023, Pukul 11.25 WIB.

konsumen dan tindakan yang harus dilakukan negara (dalam contoh ini, pemerintah) untuk menjaga kepentingan konsumen dan menumbuhkan lingkungan kompetitif. Permasalahan yang akan diteliti adalah upaya perlindungan hukum bagi para pembelanja internet sehubungan dengan jangka waktu jaminan, berbeda dengan kajian yang akan penulis cermati.<sup>8</sup>

3. Eko Budi Cahyono (2023), "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery*". Permasalahan kurangnya pengetahuan konsumen mengenai hak asasi manusia diangkat dalam tesis ini. Seringkali badan usaha memanfaatkan keadaan ini untuk meningkatkan pendapatan tanpa melaksanakan tanggung jawabnya. Tesis ini juga membahas keinginan dan inisiatif konsumen untuk memperbaiki perilaku yang berdampak negatif pada individu. Permasalahan yang akan diteliti adalah upaya perlindungan hukum terhadap internet shopper berkenaan dengan jangka waktu jaminan, berbeda dengan kajian yang akan penulis lakukan.<sup>9</sup> Para peneliti memanfaatkan penelitian sebelumnya sebagai titik acuan untuk memastikan bahwa penelitian mereka tidak dikutip, dan mereka menggunakannya untuk membandingkan substansi penelitian peneliti lain dengan penelitian mereka. Dalam hal ini peneliti berdiskusi bentuk pelanggaran dan upaya perlindungan hukum bagi konsumen belanjaonline terhadap tenggang waktu pemberian garansi.

---

<sup>8</sup> 2020, <https://repository.uir.ac.id/8561/1/151010326.pdf> , Diakses pada tanggal 3 November 2023, Pukul 13.15 WIB.

<sup>9</sup> Eko Budi Cahyono, "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery*", Jakarta, 2023, Link: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74124/1/EKO%20BUDI%20CAHYONO%20-%20FSH.pdf> , Diakses pada tanggal 3 November 2023, Pukul 15.10 WIB.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penulis telah memilih penelitian perpustakaan sebagai metodologi penelitiannya. Gaya penelitian ini mengumpulkan data dengan cara membaca berbagai buku, artikel, jurnal, catatan, dan laporan yang relevan dengan permasalahan yang harus diselesaikan. penyelidikan.<sup>10</sup> Penulis menggunakan jenis penelitian ini karena melibatkan pemeriksaan terhadap peraturan tertulis yang relevan dan informasi dari beberapa sumber yang tersedia untuk umum dan diperlukan untuk penelitian normatif.

### **2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yuridis normatif yang digunakan dalam penelitian ini, artinya penelitian hukum dilakukan dengan menggunakan dokumen-dokumen hukum primer dan melibatkan analisis terhadap gagasan, konsepsi, asas-asas hukum, dan peraturan perundang-undangan yang relevan.<sup>11</sup> Pendekatan Normatif: Pendekatan ini melibatkan analisis normatif terhadap permasalahan hukum untuk menentukan apakah hal tersebut diperbolehkan atau tidak berdasarkan hukum yang berlaku atau penggunaan ketentuan hukum yang menguntungkan pada setiap peristiwa hukum yang terjadi (studi kasus nyata).<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> M. Nazir, "*Metode Penelitian*", Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003, hlm 27.

<sup>11</sup> Tiyas Vika Widyatuti, Achmad Irwan Hamzani, Soesi Idayanti, "*Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Hukum*", Tegal, 2023, hlm. 2.

<sup>12</sup> *Ibid.*

Selain itu juga digunakan materi yang berkaitan dengan metodologi penelitian terhadap norma hukum tertulis, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>13</sup>

### **3. Data Penelitian**

Tesis ini ditulis dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data sekunder mengacu pada informasi yang sudah ada yang dikumpulkan dari sumber tidak resmi atau sumber bekas, seperti publikasi pemerintah atau perpustakaan.<sup>14</sup> Isi hukum primernya hanya itu bahan hukum, umumnya berupa aturan-aturan yang terdapat dalam undang-undang. Bahan-bahan yang dapat digunakan untuk memperkuat, memperkuat, atau memperjelas suatu permasalahan hukum yang sedang diselidiki disebut sebagai sumber data penelitian hukum. Sumber data primer dan sekunder adalah dua kategori sumber data penelitian hukum.

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> Hardani, Metode Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020, hlm 418.

## 1. Sumber Data Primer

Yurisprudensi, keputusan pengadilan, dan undang-undang adalah contoh sumber data primer. Sumber hukum yang berwibawa, atau mempunyai wewenang, dianggap sebagai sumber data primer. Sumber daya hukum utama berikut ini dikonsultasikan dalam penelitian ini:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Undang-Undang Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.
3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
4. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

## 2. Sumber Data Sekunder

Naskah yang berkaitan dengan penelitian hukum sekunder lainnya, serta pandangan para profesional hukum yang terdapat dalam buku, artikel, dan tulisan lain yang berkaitan dengan topik hukum yang diteliti, merupakan contoh data sekunder.<sup>15</sup>

## 4. Metode Pengumpulan Data

Pendekatan penelitian dalam mengumpulkan bahan hukum ini terikat pada sumber hukum yang digunakan; khususnya menggunakan prosedur tertulis, juga dikenal sebagai penelitian perpustakaan atau metode penelitian perpustakaan, yaitu cara mengumpulkan data dari dokumen hukum.

---

<sup>15</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Universitas Mataram Press 2009, hlm. 59

Hal ini dicapai dengan mencari literature hukum yang relevan serta UU dan peraturan yang berkaitan pada topik yang dibahas.<sup>16</sup> Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya, selain informasi lebih lanjut yang ditemukan melalui penelusuran mandiri. daring melalui internet. Kemudian, isu-isu tersebut dijelaskan dan dikelompokkan secara metodis sesuai dengan apa yang diperlukan untuk mengkaji permasalahan utama, berdasarkan sumber-sumber hukum yang telah dikumpulkan.

## 5. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mendeskripsikan data sedemikian rupa sehingga mudah dibaca dan diinterpretasikan jika bersifat kuantitatif, misalnya dengan merumuskan norma dan angka, atau dalam hal data kualitatif, dengan mendeskripsikannya dalam bentuk tulisan yang baik, kalimat yang benar. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data yang dipakai pada penelitian, tergantung pada sifat dan tujuan penelitian.<sup>17</sup> Pendekatan analisa data penelitian tersebut menggunakan metodologi analisa kualitatif, yang menakankan pada komponen pemahaman menyeluruh terhadap suatu permasalahan di atas permasalahan yang dikaji untuk penelitian generalisasi. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif untuk menjawab pertanyaan bagaimana pelanggan pada hukum bisnis dan apa akibat atas garasi yang tidak sesuai dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

---

<sup>16</sup> Amirudin dan zaenal asyikin, "*Pengantar Metode Penelitian Hukum*"Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hln194.

<sup>17</sup> *Ibid* hlm 22

## **BAB II**

### **TINJAUAN KONSEPTUAL**

#### **A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli**

##### **1. Pengertian Umum tentang Jual Beli**

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial, artinya mereka ditakdirkan untuk hidup dalam komunitas. Kita tidak bisa melepaskan diri dari kenyataan bahwa kita bergantung pada orang lain dalam segala hal dalam kehidupan dan aktivitas kita sehari-hari, termasuk memenuhi kebutuhan dasar kita. Di masa lalu, masyarakat bergantung pada sistem perdagangan barang untuk memenuhi kebutuhan dasar satu sama lain. Misalnya, masyarakat di desa A sering menanam sayur-sayuran, sedangkan masyarakat di desa B menghasilkan makanan laut yang sangat lezat. Cukup tinggi bagi masyarakat yang tinggal di desa A dan B untuk berdagang barang.

Seiring perkembangan zaman kegiatan tukar menukar hasil yang mereka punya (Barter) tersebut mulai ditinggalkan karena beberapa faktor, antara lain munculnya mata uang untuk memudahkan manusia mendapatkan apa yang mereka inginkan. Manusia mulai mengenal metode jual- beli, dimana 2 pihak yang saling menguntungkan.

Salah satu cara berpikir tentang jual beli adalah sebagai transaksi yang melibatkan pertukaran barang berharga. Sesuai dengan ketentuan perjanjian, penjual menjual produknya ke pembeli. Transaksi jual beli, singkatnya, ialah suatu transaksi yang melibatkan penjual, atau pelaku usaha, dan pembeli, atau konsumen.

Pembeli dan penjual merupakan dua pihak dalam perjanjian jual beli. Seseorang yang menjual produk atau jasa kepada pelanggan dikenal sebagai penjual. Sedangkan pembeli disebut konsumen ketika mereka membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu. Gagasan mengenai kebebasan berkontrak pada kenyataannya memberikan banyak alternatif bagi suatu perjanjian, namun tetap ada persyaratan atau batasan yang harus dipenuhi agar suatu perjanjian diakui sah secara hukum. Pasal 1320 KUH Perdata mengatur tentang batasan-batasan hukum atau syarat-syarat suatu perjanjian. Perjanjian ini memuat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar suatu perjanjian dianggap sah, diantaranya sebagai berikut:

- a. Ada kontrak antara para pihak.
- b. Masing-masing pihak mempunyai kompetensi yang diperlukan.
- c. Perjanjian tersebut mencakup topik tertentu.
- d. Ketentuan dalam perjanjian itu hanya halal.<sup>18</sup>

Pengertian “membeli” dan “menjual” tidak disebutkan secara tegas dalam peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen. Privasi ide kontrak secara historis menjadi landasan perlindungan konsumen.

---

<sup>18</sup> Laksamana Varelino Zeustan Hartono, Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online, *Jurnal Notarius*, 16 (3), 2023:1368.

Hal ini menyiratkan bahwa pelaku korporasi hanya dikenakan tanggung jawab hukum sepanjang mereka menjaga hubungan kontak dengan pelanggan. Oleh karena itu, sebagian orang berpendapat bahwa hukum kontrak, khususnya kontrak perdata, dan undang-undang perlindungan konsumen saling terkait erat.<sup>19</sup> Hukum perdata merupakan salah satu aspek hukum yang mengaturnya, seperti halnya undang-undang perlindungan konsumen.

Internet, penghubung antar jaringan komputer, merupakan salah satu produk sampingan inventif dari teknologi telekomunikasi. Internet merupakan media komunikasi dan informasi elektronik yang banyak digunakan untuk berbagai keperluan. Ini termasuk komunikasi situs jejaring sosial, pertukaran pesan email, pencarian data dan berita, browsing, dan perdagangan yang melibatkan media. Istilah "*e-commerce*" mengacu pada penggunaan internet ini untuk perdagangan elektronik.<sup>20</sup> Transaksi pembelian dan penjualan seringkali diselesaikan melalui pertemuan langsung antara pembeli dan penjual di lokasi seperti pasar. Namun dengan memanfaatkan sistem online dari perangkat yang terkoneksi internet, tugas jual beli kini dapat diselesaikan dengan lebih mudah.

---

<sup>19</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: PT Grasindo, 2006, hlm 13.

<sup>20</sup> Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Jakarta: Refika Aditama, 2004, hlm 01.

Menggunakan salah satu platform media sosial. Salah satu platform yang dimanfaatkan dalam transaksi jual beli saat ini adalah media sosial yaitu Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Line. Berbicara tentang perusahaan internet, ada baiknya Anda membahas pangsa pasar secara global maupun di Indonesia. karena siapa pun di dunia ini dapat terhubung dan berkomunikasi melalui internet tanpa dibatasi oleh waktu dan lokasi.<sup>21</sup>

Perkembangan tersebut memberikan beberapa dampak baik positif maupun negatif. Internet juga memberikan akses positif bagi pihak produsen, perantara maupun pelanggan.<sup>22</sup> Hal ini mempengaruhi hasil penjualan produsen dan memfasilitasi pencarian atau perolehan barang-barang yang diperlukan oleh pelanggan. Masyarakat dapat lebih mudah memenuhi kebutuhannya berkat belanja dan penjualan online. Kita bisa melihat produk atau layanan yang kita butuhkan di media sosial tanpa harus keluar rumah atau pergi ke toko kita bisa mengakses apa saja dengan mudah hanya dengan ponsel. Selain itu, pembayaran dapat dilakukan menggunakan e-wallet daripada mengunjungi bank atau ATM terdekat. Meskipun hal ini sangat bermanfaat bagi kita, tidak diragukan lagi ada dampak positif dan buruknya.

---

<sup>21</sup> Rechmad agen, *Strategi Sukses Berjualan Onlin*, Jakarta: Mediakita, 2011, hln 1-2.

<sup>22</sup> Anastasia Diana, *Mengenal E- Business*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001, hln 75.

Berikut beberapa dampak positif :

- a. Berbelanja menjadi lebih praktis
- b. Anda dapat membandingkan harga antar toko dengan mudah
- c. Anda dapat menghemat waktu dan tenaga dengan tidak harus berjalan dari satu toko ke toko lainnya untuk mendapatkan barang yang Anda inginkan
- d. Anda bisa mendapatkan barang dari mana saja, bahkan luar kota
- e. Anda bisa mendapatkan barang dari mana saja.
- f. Membantu perekonomian pedagang kecil.

Adapun dampak negatif dari jual beli online yaitu :

- a. Kualitas barang tidak sesuai gambar
- b. Barang rusak atau cacat saat sampai
- c. Sulit membedakan barang asli dan palsu
- d. Penipuan sering terjadi setelah uang dikirim
- e. Barang tidak diterima
- f. Melahirkan perilaku konsumen
- g. Jika pembayaran dilakukan secara online, ada resiko peretasan akun.

*E-commerce* yang sering disebut dengan jual beli online pada hakikatnya adalah suatu kegiatan bisnis yang serupa dengan perdagangan pada umumnya, dengan pengecualian pihak-pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik; sebaliknya, mereka bertransaksi secara elektronik dan berkomunikasi melalui media sosial atau internet.<sup>23</sup> Oleh karena itu, proses pemasaran atau pemesanan barang dilakukan secara online.

## **B. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Online**

### **1. Sejarah Singkat Jual Beli Online (*E-Commerce*)**

Tahun 1999 menandai dimulainya perjalanan *e-commerce* di Indonesia. Andrew Darwis mendirikan KASKUS Forum yang menjadi percontohan toko online Tanah Air. Bhinneka.com, platform lain untuk jual beli online, menyusul. Masyarakat di Indonesia mulai lebih sadar akan internet, yang menyebabkan pesatnya ekspansi *e-commerce*. KASKUS yang berbasis di Indonesia adalah platform forum online. Pengguna dapat terlibat, berkomunikasi, dan bertukar pengetahuan tentang berbagai topik, seperti politik, olahraga, teknologi, hiburan, dan banyak lagi, di platform ini. Kaskus menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat postingan, mengomentari postingan orang lain, dan berinteraksi dengan komunitas.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Mardani, *Hukum Perikatan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013, hlm 236-237

<sup>24</sup> Kamudimana, "Forum Kaskus: Komunitas Online Paling Terkenal di Indonesia", Jakarta, 5 Maret, 2023, Forum Kaskus: Komunitas Online Paling Terkenal di Indonesia | KASKUS, Diakses pada 9 July 2024, Pukul 10.09.

Pengguna dapat memperoleh manfaat dari KASKUS dalam beberapa hal, khususnya dalam hal pencarian informasi dan perolehan pengetahuan dari pengalaman orang lain. Pengguna situs ini dapat mengirimkan pertanyaan dan mencari informasi tentang berbagai topik, termasuk bisnis dan teknologi. Selain itu, Kaskus menawarkan ruang percakapan khusus bagi para profesional bisnis untuk bertukar wawasan dan taktik terkait pengelolaan perusahaan mereka.

Undang-undang mengenai hal ini telah dirancang oleh pemerintah karena kesadarannya akan dampak yang mungkin timbul dari perdagangan elektronik. Perkembangan ini bertepatan dengan maraknya *e-commerce* yang dibuktikan dengan adanya website pembelian seperti Toko Bagus pada tahun 2005, Bukalapak, dan situs marketplace lainnya pada tahun 2007 dan tingginya pasar.

Dengan kemajuan teknologi di Jakarta yang semakin memudahkan individu dalam melakukan segala aktivitasnya, termasuk aktivitas ekonomi, dari jual beli tradisional mulai masuk ke jual beli modern contohnya jual beli online. M. Suyanto menegaskan bahwa *e-commerce* bermanfaat bagi masyarakat, dimana *e-commerce* memungkinkan individu agar bekerja dari rumah dan berbelanja tanpa harus keluar rumah, dimana hal itu menurunkan biaya banyak hal, dan dimana hal ini memberikan penduduk di daerah terpencil akses terhadap berbagai macam barang dan jasa yang akan sulit didapat tanpanya.

Permasalahan perjanjian yang digunakan dalam transaksi *e-commerce* merupakan gambaran nyata permasalahan dalam industri hukum perdata. Kontrak elektronik adalah perjanjian atau kontrak yang digunakan dalam perdagangan elektronik. Tentu saja, mengingat urgensi yang diciptakan oleh prinsip-prinsip yang

memisahkan kontrak yang dinegosiasikan secara langsung (tertulis) dari kontrak elektronik, maka pengesahan undang-undang yang mengatur kontrak elektronik sangatlah penting. Perbedaan utama yang ditunjukkan di atas adalah apakah para pihak bertemu secara langsung atau tidak. Persoalan utama yang timbul dari kesenjangan ini adalah tantangan untuk memenuhi prasyarat mengenai kualifikasi dan identitas pihak-pihak yang terlibat dalam mencapai konsensus.

## 2. Pengertian *E-Commerce*

Antarmuka virtual yang diciptakan oleh e-commerce memungkinkan pelanggan berkomunikasi dengan bisnis dengan cara yang berbeda cara perusahaan berfungsi di dunia nyata. *E-commerce* digambarkan oleh Nugroho sebagai berbagai kegiatan yang melibatkan jual beli barang dan jasa dengan menggunakan jaringan internet.<sup>25</sup> Masa depan toko tradisional, marketplace, dan lapak pada umumnya sangat dipengaruhi oleh animo masyarakat terhadap maraknya website jual beli online.

---

<sup>25</sup> M. Sayanto, *Strategi Periklanan di E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: ANDI, 2004, hlm 10.

Banyak permasalahan yang muncul akibat pesatnya pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia, terutama bagi pengecer atau toko besar yang terus menjual barang atau produknya di dalam toko. Perubahan persepsi masyarakat ini menyebabkan bertambahnya jumlah mal kosong di Tanah Air. Minat masyarakat telah berubah karena kemampuan *e-commerce* dalam memfasilitasi transaksi dengan mempermudah penanganan pembelian dan penjualan. Perhatian pelanggan dan lebih memilih berbelanja di toko online menyebabkan beberapa pelaku usaha yang belum menyesuaikan diri dengan keadaan ini mengalami penurunan pendapatan. Karena keadaan saat ini, para penjual barang atau produk terpaksa harus cepat mempromosikan dagangannya memakai penjualan online.

Pemerintah menetapkan UU Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan pada awal Maret 2014; ketentuannya juga mengatur perdagangan dengan menggunakan sarana elektronik. Undang-undang dan peraturan *e-commerce* sudah mulai muncul sehubungan dengan hal ini.

Namun, pertanyaan barunya adalah apakah undang-undang dapat mengontrol bagaimana hak-hak pelanggan *e-commerce* dilindungi. Penulis menggunakan observasi langsung atau penelitian lapangan sebagai landasan analisisnya terhadap inisiatif perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, dengan mempertimbangkan latar belakang informasi yang disebutkan di atas.

Transaksi di *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik yang khusus, ialah :

1. Transaksi yang bersifat tidak jelas. Pembeli dan penjual transaksi online tidak perlu bertemu secara fisik.
2. produk yang merupakan komoditas tidak berwujud. Sejumlah besar bisnis di industri e-niaga menjual ide, perangkat lunak, dan produk tak berwujud lainnya secara online.
3. Jumlah transaksi yang tidak terbatas. Batasan geografis berfungsi sebagai pembatas antara bisnis dan individu sebelum adanya internet. disisi lain, tidak ada batasan penawaran produk setelah internet hadir.
4. Pertukaran produk, layanan, dan informasi terjadi selama transaksi antara dua pihak. Dalam interaksi bisnis ke konsumen, harus ada tingkat kepercayaan yang tinggi dan informasi yang jelas tentang produk yang ditawarkan.
5. Media utama yang digunakan dalam prosedur mekanisme perdagangan adalah internet.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Hafidzt Abdurrohman dan Yaya Abdurrohman, *Bisnis & Muaimalah Kontemporer*, Al-Azhar Fresh Zone Publishing, Bogor, hlm 92-93.

Pertumbuhan *e-commerce* antara lain berdampak pada aspek kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Bangkitnya perekonomian Indonesia erat kaitannya dengan *e-commerce*. Sejak tahun 1999 hingga 2015, perekonomian Indonesia terkena dampak pesatnya pertumbuhan industri *e-commerce*. Pertumbuhan *e-commerce* dapat memberikandampak yang menguntungkan dan merugikan. Pemanfaatan *e-commerce* memberikan pengaruh yang menguntungkan karena meningkatkan daya beli dan jual ekspor dan impor Indonesia. Jangkauan globalnya yang semakin besar tidak dibatasi oleh waktu atau lokasi, dan menjaga nilai tukar mata uang sangatlah penting. Selain itu, terjadi pertumbuhan signifikan pada daya beli dan jual lokal.

Volume transaksi *e-commerce* telah meningkat secara dramatis dari tahun ke tahun. Karena kurangnya kesadaran dan kepercayaan masyarakat, nilai transaksi *e-commerce* dari tahun 1999 hingga 2010 kurang dari \$10 triliun. terhadap *e-commerce*, dan masyarakat Indonesia belum mendapat informasi yang cukup mengenai hal tersebut pada tahun tersebut. Nilai transaksi meningkat dari tahun 2011 ke tahun 2015 karena merupakan tahun dimana jumlah pengguna internet mencapai puncaknya, bertepatan dengan diperkenalkannya smartphone layar sentuh dan perluasan jangkauan jaringan.

Pertumbuhan ekonomi juga dipengaruhi oleh kemampuan barang-barang lokal untuk dijual dan dibeli. Transaksi yang melibatkan pembelian dan penjualan semakin meningkat. membantu aliran mata uang nasional.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat memperluas operasinya dan menarik khalayak yang lebih luas berkat sektor e-commerce lokal.<sup>27</sup>

Untuk memberikan kesempatan kepada peserta UMKM untuk menghasilkan lebih banyak uang. Baik toko internet besar maupun kecil mengalami peningkatan pendapatan yang besar. Namun pada tahun 2015, beberapa pelaku UMKM yang mengalami penurunan penghasilan. Ini disebabkan masih banyaknya UMKM yang hanya melakukan jual beli secara tradisional. Mall dan toko-toko besar lainnya juga terkena dampaknya, karena lebih sedikit pelanggan yang berkunjung atau membeli di sana karena kemudahan dan efisiensi melakukan bisnis online.

### 3. Mekanisme transaksi pada Jual beli Online (*E-commerce*)

Untuk memaknai transaksi jual beli secara online pihak-pihak berikut sangat berperan penting yaitu pemilik usaha atau owner produk tersebut, produsen atau pembuat produk tersebut, pihak ketiga penyalur atau penghubung antara penjual dan pembeli, dan terutama yaitu pembeli itu sendiri.

Berikut mekanisme atau alur terjadinya transaksi jual beli online secara singkat baik sebagai penjual :

---

<sup>27</sup> Nuryanti, *adanya E-Commerc Supaya meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)*, Jurnal Ekonomi, Vol. 21 No. 4, Desember 2013, hlm 10.

1. Menentukan barang apa yang akan dijual atau dipasarkan pada *e-commerce*, dan tentukan dimana platform yang akan digunakan untuk memasarkan produk tersebut
2. Upload foto produk semenarik mungkin dan tulis detail penjelasan produk agar menarik minat pembeli
3. Memasang iklan pada sosial media secara berbayar atau dengan menggunakan akun pribadi supaya pembeli percaya dan yakin membeli barang tersebut
4. Setelah mendapatkan orderan atau pesanan kemudian penjual mengemas barang yang dipesan dan mengirim ke alamat pembeli Demikian penjelasan secara singkat mekanisme sebagai penjual pada media sosial atau *e-commerce*.

Sebagai pembeli langkah- langkah yang dilakukan saat akan melakukan pembelian barang pada *e-commerce* yaitu:

1. Membuka aplikasi *e-commerce* favorite dan menentukan barang yang akan dibeli
2. Setelah memilih kemudian menyesuaikan alamat dan pesanan yang dipilih dan melakukan pembayaran secara online melalui virtual account
3. Setelah semua langkah selesai tinggal menunggu barang pesanan sampai ke alamat yang telah ditulis pada saat pemesanan produk tersebut.

#### 4. Jenis- Jenis *E-Commerce*

Baik pembeli maupun penjual pada *e-commerce* bergantung pada teknologi internet untuk menyelesaikan transaksinya. Berkat *e-commerce*, transaksi dapat diselesaikan kapanpun dan dimanapun. Kekuatan *e-commerce* dapat menghilangkan hambatan geofisika.<sup>28</sup>

##### 1. Listing / iklan baris

Berfungsi sebagai platform di mana orang dapat dengan bebas mendaftarkan barang mereka untuk dijual. Beriklan dengan harga premium menghasilkan pendapatan. Iklan baris semacam ini cocok untuk vendor yang ingin menawarkan produk dalam jumlah terbatas. Misalnya Berniaga.com dan OLX

##### 2. Online *Marketplace*

Dalam model bisnis ini, situs web yang dipermasalahkan tidak hanya membantu promosi produk tetapi juga memungkinkan transaksi keuangan online. Website yang dimaksud harus mengaktifkan semua transaksi online. Misalnya saja bukalapak dan tokopedia

##### 3. Konsep bisnis ini mirip dengan *marketplace*, namun karena proses verifikasi yang ketat, vendor yang boleh berjualan di sana haruslah brand atau merchant ternama. Misalnya Bli Bli.

---

<sup>28</sup> Blutt, N., Frennea, C. M., Mital, D, dan Mothersbaugh, D. L. (2015). How procedural, financial and relational switching costs affect customer satisfaction, repurchase intention, and repurchase behavior: A meta-analysis. *International Journal of Research in Marketing*, 32(2), 226-229.

#### 4. Toko Online

Rencana bisnis ini cukup mudah: terdiri dari toko online dengan nama domain dan etalase online tempat penjual menyimpan produk dan menjualnya kepada pelanggan. Sebagai gambaran: Lazada

#### 5. Toko di Online Sosial Media

Platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook banyak digunakan oleh vendor Indonesia untuk mengiklankan barangnya.

#### 6. Jenis-Jenis website *Crowd sourcing* dan *Crowd funding*

Situs web berfungsi sebagai tempat untuk mempertemukan individu dengan kemampuan serupa atau untuk penggalangan dana online. Seluruh nilai bisnis suatu perusahaan mungkin meningkat berkat *e-commerce*. Oleh karena itu, memahami ciri-ciri dan berbagai jenis perusahaan *e-commerce* sangatlah penting. Namun, mungkin ada biaya peluang yang terlibat. Misalnya, jika pendekatan lokal tidak efektif di pasar baru, bisnis mungkin kehilangan klien potensial.

### **C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen**

#### **1. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Pelanggan individu dan organisasi adalah dua kategori konsumen yang sering dipahami ketika istilah "konsumen" digunakan. Pelanggan individu dapat memanfaatkan barang dan jasa yang mereka peroleh untuk diri mereka sendiri.

Kerabat atau sebagai hadiah untuk orang lain. Ketika seseorang membeli produk dan jasa untuk dimanfaatkan langsung olehnya, orang tersebut disebut sebagai pelanggan akhir atau pengguna akhir. Bisnis, yayasan, layanan sosial, lembaga pemerintah, dan lembaga lain yang melakukan pembelian perlengkapan, mesin, dan layanan untuk menjalankan bisnis mereka adalah contoh pelanggan organisasi.

Perilaku konsumen didefinisikan dalam beberapa cara. “Perilaku konsumen sebagai aktivitas yang terlibat langsung dalam perolehan, konsumsi, dan pembuangan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut” adalah bagaimana Engel dkk. mendefinisikannya.<sup>29</sup>

Kemajuan teknologi dan industri yang pesat, bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi, telah menciptakan beragam barang dan/atau jasa, memberikan pelanggan beragam pilihan dalam hal apa yang akan dibeli. Pelanggan dapat memperoleh keuntungan dari kondisi ini jika kebutuhan mereka dapat dipenuhi, namun mereka juga dapat menderita karena mereka hanya akan menjadi alat yang digunakan oleh dunia usaha untuk mendapatkan keuntungan besar melalui praktik perizinan dan penjualan yang tidak adil.

---

<sup>29</sup> Angel, JC, Blackwel, RD., & Miniaed, PW, *Consumetr Behavior*, (USA: The Dryden Prss,1992), Ed. 7 hlm 4, Link: [Consumer behavior : Engel, James F : Free Download, Borrow, andStreaming : Internet Archive](#), Diakses pada 8 July 2024, Pukul 11.37.

Berbagai macam perilaku-perilaku konsumen yang ada, terkadang perilaku konsumen dapat merugikan penjual begitupula sebaliknya, beberapa perilaku penjual juga dapat merugikan konsumen seperti contoh menipu atau memberikan barang palsu dan mendapatkan keuntungan untuk dirinya sendiri.

Produk sampingan dan komponen kemajuan industri dan teknis adalah perlindungan konsumen. Perkembangan teknologi ini telah menonjolkan ketidaksamaan antara gaya hidup peradaban jaman dulu dan kontemporer. pada cara hidup tradisional, masyarakat dapat dengan mudah menghasilkan barang dan/atau jasa, dan masih terdapat interaksi langsung antara pelanggan dan produsen—konsumen dan produsen dapat berinteraksi secara langsung.<sup>30</sup> Kebijakan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk melemahkan atau menghancurkan operasional perusahaan; sebaliknya, kebijakan-kebijakan ini diharapkan mampu mendorong persaingan yang sehat dan lingkungan bisnis. Konstruksi hukum telah mengubah sifat interaksi antara konsumen dan pelaku korporasi; khususnya, konsep *caveat emptor* yang asli telah digantikan dengan *caveat vendito*.

Pemerintah Indonesia harus turun tangan dan melindungi hak konsumen untuk mengonsumsi barang dan/atau jasa, maka pemerintah Indonesia mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai bagian dari implementasi negara kesejahteraan untuk melindungi konsumen.

---

<sup>30</sup> Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, hlm 2

Ketidak mampuan undang-undang perlindungan konsumen untuk menanamkan rasa percaya diri atau secara efektif melindungi kepentingan konsumen secara langsung berkontribusi pada posisi genting mereka dalam mengamankan perlindungan hukum terhadap penipuan yang dilakukan oleh pelaku korporasi. Penegakan hukum jugadianggap kurang tegas. Dalam kondisi seperti ini, nasabah lebih besar kemungkinannya menjadi korban pelaku korporasi.<sup>31</sup>

Kemajuan teknologi berdampak besar pada evolusi peraturan perdagangan. Dampak teknologi menjadi semakin jelas, menunjukkan kemajuan penting. Percepatan transaksi komersial internasional didorong oleh maraknya e-commerce melalui aplikasi internet. Batasan negara tidak lagi menjadi masalah saat menjalankan bisnis berkat internet. Transaksi *e-commerce* di Indonesia masih melibatkan tingkat kepercayaan antara pelanggan dan penjual.

Jaminan keamanan dan keandalan situs web *e-commerce*, serta jaminan keamanan saluran pembayaran, belum menjadi kekhawatiran yang signifikan bagi konsumen dan penjual, khususnya dalam transaksi skala kecil dan menengah dengan nilai transaksi yang sederhana.

---

<sup>31</sup> DR. Abd. Haris Hamid, SH., M.H. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Sah Media, Makassar, 2017, hlm 12

## 2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Tujuan dari undang-undang perlindungan konsumen bukanlah untuk menghancurkan perusahaan; sebaliknya, hal ini dapat menumbuhkan lingkungan ekonomi positif yang memungkinkan munculnya perusahaan-perusahaan kuat yang mampu bertahan dalam persaingan dengan menawarkan produk dan/atau layanan berkualitas tinggi. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kapasitas, dan kemandirian pelanggan untuk membela diri serta menumbuhkan sikap terhadap praktik perusahaan yang etis sangat penting untuk meningkatkan rasa berharga dan bermartabat. Sehubungan dengan itu, informasi mengenai tujuandan asas perlindungan hukum konsumen, hak dan tanggung jawab konsumen dan pelaku usaha, serta kegiatan-kegiatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha sesuai dengan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen harus disampaikan.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> H. Syahrudin awi, HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN MENURUT UU NO.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN, *Pleno De Jure*, 7 (1), Juni 2018: hlm2, Link: [521529-none-6b8c86a6.pdf \(neliti.com\)](https://doi.org/10.24127/pleno-de-jure.v7i1.521529-none-6b8c86a6), Diakses Pada 7 July 2024 Pukul 5:38

Berikut asas-asas perlindungan konsumen menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999:

1. Asas Manfaat

Mensyaratkan bahwa kepentingan nasabah dan pelaku usaha secara keseluruhan harus memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya dari segala upaya yang dilakukan untuk mencapai perlindungan tersebut.

2. Asas Keadilan

Partisipasi setiap orang dapat dimaksimalkan, sehingga konsumen dan pelaku korporasi mempunyai kesempatan untuk menggunakan hak dan kewajibannya secara adil.

3. Asas Keseimbangan

Mencapai keseimbangan dalam hal moneter dan spiritual antara kepentingan pelanggan, pelaku korporasi, dan pemerintah

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Memberi jaminan kepada pelanggan atas keamanan dan keselamatan produk dan/atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi

5. Asas Kepastian Hukum

Dalam rangka melaksanakan perlindungan konsumen, pelaku korporasi dan konsumen sama-sama menaati hukum, mendapatkan keadilan, dan negara menjamin kepastian hukum.

Tujuan mendasar dari perlindungan konsumen bukan sekedar menciptakan undang-undang yang melindungi konsumen; otoritas lokal dan negara bagian juga harus menerapkan peraturan ini agar undang-undang tersebut efektif.

dapat berfungsi secara efisien. Hak seseorang adalah kekuasaan yang diberikan secara hukum yang menjadi haknya. Dari Sudikno Mertokusumo, hak ialah kepentingan sah yang diliindungi undang- undang. Ada tiga kategori hak yang berbeda berdasarkan tempat pemenuhannya, yaitu:

- a. Manusia dilahirkan dengan beberapa hak, seperti hak untuk hidupan untuk bernapas, yang melekat pada dirinya. Bahkan Negara tidak dapat mempermasalahkan hak ini; pada kenyataannya, merupakan tanggung jawab Negara untuk memastikan pemenuhannya.
- b. Hak yang berasal dari undang-undang, atau hak yang diberikan kepada warga negara oleh pemerintah. Seseorang mungkin menyebut hak ini sebagai hak yang sah.
- c. Hak yang timbul dari perjanjian yang dibuat secara tertulis. Perjanjian atau kontrak para pihak menjadi landasan bagi keistimewaan ini.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> AZ Nasuion, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, PT Daya Widya, Jakarta, 2000, hlm. 55

Hak pembeli merupakan hak yang ada dari hubungan kontraktual yang tercipta antara pembeli dengan penjual. Hak konsumen sangat bermacam-macam dan dikenal dalam berbagai perspektif. Dalam perspektif internasional, hak pembeli terbagi menjadi 4 :

1. Hak memperoleh keamanan

Komponen ini bertujuan untuk menjual produk dan/atau jasa yang menimbulkan risiko terhadap keselamatan konsumen. Ambil alih kendali dan masalah.

Karena merupakan tugas pemerintah untuk membela keamanan dan keselamatan warga negaranya, UUD perlindungan konsumen sangat penting untuk melindungi konsumen dari tindakan korporasi yang dapat membahayakan keselamatan mereka.

2. Hak untuk memilih

Pelanggan mempunyai pilihan untuk memilih apakah akan membeli barang atau jasa tertentu atau tidak. Maka dari itu, kebebasan memilih konsumen akan sia-sia jika tidak didukung oleh hak atas informasi yang benar.

3. Hak mendapat informasi

Jika mempertimbangkan minat dan gaya hidup nasabah itu sendiri, hak ini sangatlah penting bagi mereka. Untuk menghindari penipuan pelanggan, informasi mengenai produk dan layanan tertentu yang akan mereka beli harus diberikan secara lengkap dan jujur.

#### 4. Hak untuk di dengar

Hak ini berupaya agar memastikan bahwa kepentingan pembeli agar dipertimbangkan dan terlibat pada proses perumusan kebijakan oleh pemerintahan. Namun, pelanggan wajib diberi suara ketika menyuarakan keluhan dan harapan mengenai produk dan/atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis.

Pada pasal 4 UUD Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Yang mengatur tentang hak hak dasar sebagai konsumen ialah:

- a. Hak atas kenyamanan, *security*, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk atau jasa.
- b. Hak untuk memilah produk dan/atau jasa dan memperolehnya sesuai dengan syarat dan jaminan yang diberikan nilai tukarnya.
- c. Hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai keadaan dan garansi produk dan/atau layanan.
- d. Kebebasan supaya menyuarakan keprihatinan dan komentar mengenai produk atau layanan yang digunakan Hak untuk mendapatkan advokasiperlindungan, dan supaya penyelesaian sengketa perlindungan costumer secara patuh;
- e. Hak untuk mendapatkan nasihat dan petunjuk bagi konsumen
- f. Hak untuk menerima perlakuan yang layak, jujur, dan tidak diskriminatif
- g. Hak yang diatur oleh ketentuan undang-undang tambahan <sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Hak-hak konsumen dalam Pasal 4 UUPK

Masyarakat Ekonomi Eropa juga menetapkan hak dasar konsumen yang perlu mendapatkan perlindungan seperti:

- a. Hak kepentingan ekonomi;
- b. Hak mendapat ganti rugi;
- c. Hak atas penerangan; dan
- d. Hak untuk di dengar.

Hak konsumen tersebut pada dasarnya dimaksudkan untuk melindungi konsumen dan memberikan mereka rasa setara dengan pelaku korporasi. Konsumen juga diharuskan untuk diberitahu tentang hak-hak yang mereka miliki yang secara eksplisit dilindungi oleh hukum dan hak-hak yang tidak dilindungi undang-undang. perlindungan konsumen. Selain hak-hak mereka, pelanggan memiliki banyak tanggungjawab. Kewajiban kontraktual adalah tanggung jawab atau beban yang perlu dialihkan dan dipenuhi. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5 mengatur tentang sebenarnya kewajiban konsumen, yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian;
- b. Mempunyai etikad yang baik dalam melakukan pembelian barangatau jasa.
- c. Membiayai sesua dengn nilai tukar yang sudah disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukumsengketa konsumen secarapatut.

### 3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Perlindungan Konsumen ialah setiap orang perseorangan dan badan usaha, baik tidak berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam pada hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pelaku Usaha dalam menjalankan usahanya juga memiliki Hak dan Kewajiban dalam menjalankan usahanya. Pelaku usaha didefinisikan sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan di wilayah negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggara kegiatan usaha pada berbagai bidang ekonomi. Wujud pelaku usaha dapat berupa orang perorangan, yaitu seseorang individu yang melakukan kegiatan usahanya seorang diri, dapat juga Badan Usaha yang dapat berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang dibentuk oleh sekumpulan individu yang bersama melakukan kegiatan usaha. Adapun badan usaha yang melakukan kegiatan usaha di Indonesia harus memenuhi kriterianya:

- a. Didirikan dan berkedudukan di wilayah Indonesia
- b. Melakukan kegiatan usaha di wilayah Hukum Indonesia
- c. Dibentuk berdasarkan perjanjian

Selain untuk memenuhi kebutuhan konsumen adapula beberapakewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Kewajiban

diartikan sebagai sesuatu yang diwajibkan, dilaksanakan, atau menjadi sesuatu keharusan. Berikut kewajiban pelaku usaha dalam menjalankan usahanya menurut Pasal 7 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Sebagai pelaku usaha, penting untuk memahami tentang hak dan kewajibannya sebagaimana yang disebutkan diatas, karena pada dasarnya hak dan kewajiban pelaku usaha memiliki timbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Dengan memahami hak dan kewajibannya, maka pelaku usaha dapat terhindar dari kerugian yang bisa terjadi pada kegiatan usahanya serta terjaga hubungan baik dengan konsumennya. Adapula Hak yang harus dipenuhi oleh Pelaku Usaha:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai pada kesepakatan mengenai kondisi dan nilai trade barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepututnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Kemampuan untuk memulihkan reputasi seseorang jika dapat dibuktikan melalui jalur hukum bahwa produk atau jasa yang dialihkan tidak ada hubungannya dengan kerugian konsumen.
- e. Hak diatur oleh klausul pertukaran undang-undang lainnya

Undang-undang yang mengatur perikatan, seperti KUH Perdata, merupakan contoh undang-undang yang ketentuannya tidak dapat dipisahkan dari hak dan tanggung jawab pengusaha. Pelaku usaha tidak diperbolehkan dalam menjalankan

usahanya memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak memenuhi atau memenuhi standar yang dipersyaratkan, tidak mengikuti petunjuk pada label produk mengenai penghitungan jumlah, tidak mengikuti pedoman mengenai berat bersih, bersih atau isi bersih, dan lain-lain, atau barang lain yang tercantum dalam Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen.

Secara teori, para pelaku usaha diharuskan untuk tidak bertindak sembarangan dalam menjalankan kegiatan usahanya karena adanya kendala dalam kemampuannya dalam melakukan kegiatan tersebut. Selain memiliki persyaratan hukum yang harus dipatuhi untuk membela hak konsumen dari penyalahgunaan yang dilakukan oleh perusahaan yang bertindak sebagai pemasok barang.