

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN BARANG MELALUI MEDIA
JUAL BELI ONLINE DITINJAU DARI UNDANG UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016
TENTANG PERUBAHAN ATAS UU NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI
DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**

Oleh :

Wahyu simon tampubolon
Dosen tetap fakultas hukum universitas labuhanbatu
(wahyu.tampubolon@yahoo.com)

ABSTRAK

Perkembangan dunia dari segi teknologi sangat pesat, media internet menjadi salah satu bukti bahwa kecanggihan teknologi sangat mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia. Dalam perkembangan dari waktu ke waktu teknologi merupakan bentuk pemanfaatan yang dapat digunakan bagi para pebisnis untuk menawarkan produk atau jasa kepada masyarakat atau konsumen. Pengguna layanan internet menjadi sangat banyak digunakan disebabkan karena murah dan mudah tanpa harus membuat suatu konsep usaha yang terdiri dari tempat dan bangunan dalam mempromosikan atau menjual produk usahanya. Maka bisnis yang dilakukan secara *online* melalui media jual beli semakin berkembang. Perkembangan dunia bisnis *online* juga didukung oleh peningkatan produktifitas dari industri yang menyediakan berbagai macam produk untuk dipasarkan melalui media internet yang memicu maraknya usaha jual beli melalui media online karena mudah untuk dijalankan, tidak memerlukan modal yang besar dan tidak harus membutuhkan sistem manajemen yang rumit untuk mengelolanya. Sekarang ini cukup dengan adanya foto produk dan akses internet untuk memasarkannya kedalam media jual beli online.

Pengaruh mudahnya transaksi jual beli barang melalui media sosial pada masyarakat Indonesia mengakibatkan tingkat kewaspadaan dalam melakukan transaksi jual beli berkurang bahkan diabaikan mengingat mudahnya fasilitas yang dihadirkan dalam belanja melalui media online tadi. Terbukti dengan banyaknya laporan dan kasus penipuan dengan modus *online*. Hal disebabkan karena konsumen atau pembeli tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan penjual, sehingga sistem kepercayaan menjadi modal utama dalam setiap transaksi jual beli melalui *online*.

Perlu ada regulasi dan aturan yang mengatur terhadap transaksi pembelian barang melalui Media Jual Beli Online, dimana banyak dampak kerugian ataupun modus penipuan yang akan menjerat atau menimpa konsumen dalam transaksi melalui online tersebut. Pemerintah dalam hal ini berperan untuk mengawasi, mengatur, memberi sanksi dan memberikan dasar hukum untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dalam bertransaksi melalui media jual beli online.

Kata kunci : Konsumen, Pembelian, Online

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jual beli suatu barang atau produk di era globalisasi seperti ini sangat tinggi permintaan dari konsumen dengan kemajuan teknologi telah memberikan kemudahan bagi konsumen dalam berbagai bidang, salah satunya dalam bidang perniagaan atau jual

beli, dalam melangsungkan kehidupan konsumen tidak akan pernah lepas dari perihal jual beli. Dengan bantuan teknologi seluruh kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha dapat diwujudkan. Teknologi menghubungkan pelaku usaha dan konsumen tanpa harus bertatap muka dengan kemudahan dalam mencari berbagai hal yang tidak diketahui

sebelumnya, melalui majunya perkembangan teknologi komunikasi, sebuah media penghubung yang dinamakan internet pun mulai tercipta dan mulai menyebar luas sebagai salah satu media komunikasi dan media informasi. Internet yang terkadang menimbulkan keresahan dan kekhawatiran masyarakat yang disebabkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang mengambil kesempatan untuk melakukan kecurangan dalam hal pembelian/penjualan suatu produk dan barang.

Perkembangan dunia internet yang sangat pesat sejak kemunculannya, banyak bermunculan situs-situs belanja *online*, *blog* ataupun situs jejaring sosial yang tidak hanya untuk pertemanan tetapi juga memuat transaksi jual beli yang menyediakan berbagai kebutuhan. Situs jual beli *online* sudah mulai melakukan promosinya di media televisi, dan berlomba-lomba untuk menjadi situs forum jual beli *online* terbaik. Kaskus.co.id hadir sebagai situs komunitas terbesar di Indonesia. Situs ini tidak hanya menyediakan info-info yang selalu *up to date*, tetapi juga menyediakan forum jual beli yang menyediakan segala pernik-pernik sampai barang-barang kebutuhan primer sehari-hari juga tersedia (Halim, 2010). Kemudian olx.co.id juga tidak kalah ramainya sebagai arena jual beli *online* di internet. Banyaknya pelaku bisnis yang memasarkan produknya akan memberi pilihan bagi masyarakat untuk membelinya dengan lebih mudah, praktis dan hemat dengan mengakses situs tersebut.

Kondisi promosi ini turut membangkitkan minat masyarakat berbelanja secara *online*.

Namun disisi itu banyak yang menggunakan internet untuk hal-hal yang positif, misalnya adanya sosial media digunakan untuk bisnis online dimana bisnis ini mudah dilakukan dan sangat efektif karena bisnis online merupakan suatu usaha yang menjual berbagai macam produk dan jasa secara online. Pelaku usaha melihat ada peluang yang bisa dilakukan untuk memanfaatkan media internet dalam menjual barang dan produk kepada konsumen, bisnis online sekarang ini sudah sangat populer dan direspon baik oleh masyarakat, karena kita bisa memilih maupun membeli barang hanya dengan membuka internet lewat handphone maupun laptop saja tanpa harus keluar rumah dan bisa memilih sesuai dengan permintaan konsumen. Media pemasaran lewat internet sangat efektif dan tanpa biaya promosi yang membuat *online shop* menjadi budaya baru dalam berbelanja. Namun dibalik fenomena tersebut terdapat ancaman yang dapat merugikan pembeli. Harga yang bervariasi, bahkan tergolong lebih murah dibandingkan harga yang ditawarkan toko *offline* bisa membuat sektor bisnis *offline* menjadi sepi pembeli dan merubah pola pikir masyarakat di Indonesia untuk tidak lagi belanja secara *offline* atau *on the spot*. Jika dilakukan perbandingan antara belanja secara *online* dengan *offline*, masyarakat dapat merasakan keuntungan yang lebih banyak contohnya dalam mencari produk yang ingin dibeli,

mencari informasi harga untuk melakukan perbandingan, mudahnya produk didapat dari dalam negeri maupun luar negeri, kualitas produk yang sama baiknya dengan toko *offline*, kemasan yang lebih bagus, mudah mendapatkan merek produk tertentu yang sulit didapatkan secara *offline*, penghematan biaya, efisiensi waktu dan tenaga serta mudahnya transaksi dilakukan dengan canggihnya teknologi sekarang ini seperti pembayaran melalui (*transfer*) pengiriman uang via ATM bank (anjungan tunai mandiri), menggunakan kartu kredit dan *cash on delivery* (bayar di tempat). Namun segala kelebihan dari transaksi secara *online* tersebut memiliki kekurangan yang menjadi dampak negatif dalam pelaksanaannya. Proses transaksi yang tidak didukung cukup bukti dapat memicu terjadinya penyimpangan dan penipuan, apalagi pembeli dan penjual tidak saling mengenal. Transaksi *online* beresiko terhadap penyimpangan, karena berlangsung atas dasar saling percaya tanpa landasan hukum dan tanpa bukti fisik yang kuat. Keamanan transaksi sangat dibutuhkan oleh konsumen dalam hal ini untuk terhindar dari indikasi penipuan yang marak terjadi sekarang di Indonesia. Namun terlepas dari kelebihan dan kekurangan tersebut, bisnis *online* terus berkembang pesat dengan segala risikonya. Banyak terjadi penyimpangan dan penipuan yang umumnya merugikan pihak pembeli. Jika terjadi penyimpangan, penipuan dan ketidakpuasan terus meningkat maka akan menurunkan minat beli konsumen dan

loyalitas pembeli untuk bertransaksi secara *online*. Kondisi tersebut akan berdampak tidak baik.

Kejahatan dalam media online terhadap jual beli produk atau barang pada prinsipnya sama dengan kejahatan penipuan konvensional yang membedakan hanyalah pada sarana perbuatannya yakni menggunakan Sistem Elektronik (komputer, internet, perangkat telekomunikasi). Sehingga secara hukum, penipuan secara *online* dapat diperlakukan sama sebagaimana delik konvensional yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Dasar hukum yang digunakan untuk menjerat pelaku penipuan saat ini adalah Pasal 378 KUHP, yang berbunyi sebagai berikut:

"Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat ataupun dengan rangkaian kebohongan menggerakkan orang lain untuk menyerahkan sesuatu benda kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama 4 tahun."

Dalam Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 ayat (1), yang berbunyi sebagai berikut:

(1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan

menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Ancaman pidana dari pasal tersebut adalah penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar Pasal 45 ayat (2) Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan pada latar belakang, maka terdapat beberapa pokok permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Barang Melalui Media Online ditinjau dari Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik?
2. Bagaimana Penerapan Perlindungan Konsumen menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam pembelian barang melalui media online?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Barang Melalui Media Online ditinjau dari Undang Undang Nomor 19

Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis Penerapan Perlindungan Konsumen menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam pembelian barang melalui media online.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Secara Teoritis

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi melalui media online dan juga terhadap aturan mengenai penyalahgunaan media elektronik yang dapat menjerat masyarakat kedalam pidana. Penulis juga berharap dari hasil yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan ataupun literatur bagi pembaca yang tertarik dengan transaksi melalui media online dan informasi informasi melalui media online serta regulasi yang mengatur terhadap hal tersebut.

2. Secara Praktis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi kalangan masyarakat dalam transaksi atau pembelian barang melalui melalui media online dan dalam menyelesaikan permasalahan yang timbul dalam transaksi pada jual beli melalui media online.

II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

2.1 Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Barang Melalui Media Online ditinjau dari Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Jual-beli barang melalui media *online* terdapat suatu perjanjian jual-beli, sehingga menerbitkan suatu perikatan, yaitu perikatan yang bersumber dari perjanjian atau sering disebut perjanjian bernama. Jual beli melalui media *online* harusnya mengikuti peraturan yang ada, memenuhi unsur-unsur jual-beli dalam KHUPerdata. Salah satu upaya pemerintah untuk mewujudkan sistem transaksi yang aman dan terpercaya adalah dengan menerbitkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Transaksi jual beli barang melalui media *online* setidaknya ada dua pihak yang menjadi subyek hukum yang saling memiliki hubungan hukum antara satu dengan yang lain, pihak tersebut diantaranya adalah pihak penjual atau pelaku usaha dan pembeli atau konsumen. Adanya pihak pembeli sebagai konsumen memberikan alasan di dalam jual beli *online* juga harus mengindahkan hak-hak

konsumen yang diatur dalam undang undang perlindungan konsumen. Transaksi *online* melalui media internet dapat menggunakan fasilitas *website*, menggunakan surat elektronik, bisa juga menggunakan *electronic data interchange* (EDI) atau fasilitas lain untuk bertransaksi.

Salah satu jenis transaksi jual beli melalui *online* yang saat ini banyak digunakan adalah melalui *instagram*, *facebook* dan toko jual beli *online* seperti *Zalora*, *shopee*. Setiap transaksi perdagangan ada risiko dan permasalahan, salah satu masalah yang dihadapi yaitu ketika terjadi suatu wanprestasi sehingga terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Contoh masalah kongkrit yaitu konsumen yang merasa dirugikan karena barang yang di beli tidak diterimanya, sehingga ia mengadukan bahwa ia tertipu oleh toko *online* yang menggunakan akun *facebook*. Kasus lain yang terjadi dalam jual beli *online* yaitu konsumen membeli barang namun setelah barang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan media online sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan hidupnya:

1. Bisa belanja dimana saja : Karena kita belanja online otomatis kita bisa belanja dimana saja entah itu di kantor, di rumah, di mobil, bahkan di dapur itu bisa dilakukan asalkan kita menggunakan handphone yang bisa menyambungkan internet atau dengan

smartphone atau juga computer/laptop yang tersambung koneksi internet

2. **Bisa menghemat tenaga** : Karena dengan kita belanja online berarti kita tidak perlu datang ke tokonya langsung tinggal kita aktifkan smartphone, gadget atau laptop yang telah tersambung internet kita bisa memilih barang sambil duduk ataupun sambil bersantai santai ria, jadi hemat tenaga.
3. **Sangat mudah dilakukan** : Karena tinggal kita membuka situs web belanja online kita sudah bisa memulai belanja online tersebut. Atau jika kita telah mendownload aplikasi belanja online tinggal kita membuka aplikasi itu dan memilih lalu pesan barang tersebut bisa melalui sms,bbm,bahkan email.
4. **Toko selalu buka** : Karena kita belanja tidak datang ketoko langsung maka kita bisa buka situs web toko itu selama 7 hari full atau 7 x 24 jam.
5. **Diskon** : Pada waktu waktu tertentu terdapat pula potongan harga dan ini sangat dinanti nanti oleh para wanita yang tergila-gila dengan belanja online.
6. **Sedia produk apapun** : Di internet semua hal kita bisa akses tidak lain pula dengan belanja online kita bisa mencari apa aja yang kita butuhkan. Mulai dari kebutuhan wanita, kebutuhan pria, kebutuhan anak-anak, bahkan elektronik atau sarana transportasi pun bisa kita dapatkan melalui online.

Namun terdapat dampak negatif dari penggunaan media online sebagai sarana pembelian barang maupun jual beli melalui media online, diantaranya :

1. Dapat mudah terjadi kesalahan pengiriman barang yang dapat memperlama dalam memperoleh barang tersebut yang bisa disebabkan dari kualitas barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda kualitasnya dengan yang tercantum di website. Sehingga pihak toko akan melakukan pengiriman ulang.
2. Rentan aksi penipuan dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirim sejumlah uang yang disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim.
3. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos
4. Rentan aksi pembobolan rekening karena pembayaran dilakukan melalui Internet
5. Marak aksi spamming karena setelah pembeli melakukan registrasi, penjual cenderung selalu mengirimkan katalog online melalui email pembeli dan hal ini cukup mengganggu privacy.
6. Bahaya konsumerisme dan pemborosan. Biasakan hanya membeli barang yang dibutuhkan, sehingga tidak terlalu boros.
7. Beberapa online shop menaikkan harga, karena itu sebagai pembeli sebaiknya survey dulu harga di beberapa online shop lainnya.
8. Dapat membuat kita malas bergerak ke toko. Kadang-kadang belanja ke toko (offline) juga penting, jangan terpaku pada

belanja online saja. Ada beberapa barang yang lebih baik dibeli di toko biasa, seperti sepatu dan beberapa jenis pakaian.

9. Menyebabkan konsumen berpikir praktis

Dalam Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka pasal yang dikenakan adalah Pasal 28 ayat (1), yang berbunyi sebagai berikut: *(1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.* Ancaman pidana dari pasal tersebut adalah penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar (Pasal 45 ayat [2] UU ITE). Untuk pembuktiannya, bisa menggunakan bukti elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagai perluasan bukti sebagaimana Pasal 5 ayat (2) Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, di samping bukti konvensional lainnya sesuai dengan Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHAP).

Bunyi Pasal 5 Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik:

(1) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

(2) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan Hukum Acara yang berlaku di Indonesia

Jual beli secara media *online* pada prinsipnya adalah **sama** dengan jual beli secara faktual pada umumnya. Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* pun sebagaimana kami jelaskan sebelumnya tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara *online* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat siber dalam transaksi secara elektronik memungkinkan setiap orang baik penjual maupun pembeli menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli. Dalam hal pelaku usaha atau penjual ternyata menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli *online* tersebut, maka pelaku usaha dapat juga **dipidana** berdasarkan **Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)** tentang penipuan dan **Pasal 28 ayat (1) UU ITE** tentang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Bunyi selengkapnya **Pasal 378 KUHP** adalah sebagai berikut: *Barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum,*

dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun. Bunyi selengkapnya Pasal 28 ayat (1) UU ITE adalah sebagai berikut: *Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.* Terhadap pelanggaran Pasal 28 ayat (1) UU ITE ini diancam pidana sebagaimana diatur dalam **Pasal 45A ayat (1) UU 19/2016**, yakni: *Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).*

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman kami, prinsip utama transaksi secara *online* di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “trust” terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara *online* seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*), jaminan keamanan dan keandalan *website electronic*

commerce belum menjadi perhatian utama bagi penjual maupun pembeli, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas *online*, *took online*, maupun blog). Salah satu indikasinya adalah banyaknya laporan pengaduan tentang penipuan melalui media internet maupun media telekomunikasi lainnya yang diterima oleh kepolisian maupun penyidik Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dengan kondisi demikian, ada baiknya kita lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara *online* dan mengedepankan aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*.

2.2 Penerapan Perlindungan Konsumen menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam pembelian barang melalui media online

Transaksi Jual Beli melalui media *Online* Menurut Undang Undang Perlindungan Konsumen dengan pendekatan Undang – Undang Perlindungan Konsumen, kasus yang Anda sampaikan tersebut dapat kami simpulkan sebagai salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen.

Pasal 4 Undang - Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual *online*), sesuai Pasal 7 Undang Undang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam perlindungan konsumen terhadap pembelian barang melalui media sosial lebih tegas terdapat pada Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak

sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang, sesuai Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UU Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi: *Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.*

III. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan penulis sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap konsumen dalam pembelian barang melalui media sosial jelas dalam pasal yang dikenakan adalah Pasal 28 ayat (1), yang berbunyi sebagai berikut: *(1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.* Ancaman pidana dari pasal tersebut adalah penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar (Pasal 45 ayat [2] UU ITE). Untuk pembuktiannya, bisa menggunakan bukti elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagai perluasan bukti sebagaimana Pasal 5 ayat (2) Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, di samping bukti konvensional lainnya sesuai dengan Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHP).
2. Dalam penerapan Undang Undang terhadap transaksi melalui media online dalam hal ini perlindungan konsumen

terhadap pembelian barang melalui media sosial diatur pada Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang, sesuai Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UU Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

Andi Hamzah, *Hukum Acara Pidana di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008

Hari Sasangka dan Lili Rosita, *Hukum Pembuktian Dalam Perkara Pidana*, Mandar Maju, Bandung, 2003

O. C Kaligis, *Penerapan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Prakteknya*, Yarsif Watampone, Jakarta, 2012

M. Yahya Harahap, *Pembahasan Permasalahan dan Penerapan KUHAP*, Sinar Grafika, Jakarta, 2002

Sunarso, Siswanto, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik; Study Kasus Prita Mulyasari*, Jakarta; Rineka Cipta, 2009.

b. Perundang –undangan

Undang-Undang No. 1 Tahun 1981 Tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)

Undang-Undang No. 8 Tahun 1981 Tentang Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHP)

Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

c. Website

<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt50bf69280b1ee/perindungan-konsumen-dala-e-commerce/>
<https://www.kompasiana.com/amallya-luckyta/54f97626a333112d3c8b55fb/melihat-sisi-positif-dan-negatif-online-shop>