

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Konseptual

1. Tinjauan Umum Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Konsumen menggunakan Belanda yaitu '*consument*' dan menggunakan bahasa Inggris yaitu '*consumer*', menurut garis besar konsumen dapat bermaksud selaku perusahaan/badan usaha atau orang yang memakai suatu jasa tertentu atau membeli suatu barang atau seseorang yang memakai jasa atau barang.

Dari penjelasan tersebut ditarik kesimpulan bahwa konsumen ialah badan hukum dan atau orang yang memakai barang dengan tujuan kepentingan pribadi dan untuk mendapat keuntungan.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen) mengartikan Konsumen "Setiap orang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan" arti dari pasal tersebut berarti konsumen ialah pengguna terakhir dan seterusnya tanpa adanya konsumen untuk barang tersebut lagi untuk selanjutnya.

Pengertian Konsumen yang didapat dalam UU Perlindungan Konsumen ada dibagi beberapa macam yaitu:

“Konsumen dalam arti umum, adalah orang yang memakai, menggunakan dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa dengan tujuan tertentu. **Konsumen antara**, yaitu orang yang memakai, menggunakan dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk diolah dan dibuat lagi (produsen) menjadi barang/jasa lain atau untuk memperdagangkan atau dijual kembali (distributor), dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Konsumen antara dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha. **Konsumen akhir**, yaitu orang yang memakai, menggunakan dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan bagi diri sendiri, bagi keluarga atau bagi rumah tangganya dan tidak bertujuan untuk diperdagangkan kembali.”¹

Perlindungan Konsumen adalah hukum yang menata tentang masalah sertarelasi antara orang dengan orang yang lain dan mengenai barang ataupun jasa². Sedangkan menurut Sidobalok, hukum perlindungan konsumen adalah hukum dan aturan yang mengurus mengenai hak dan kewajiban konsumen (pembeli) dan pelaku usaha (penjual) yang bertujuan memenuhi kebutuhan serta mengatur kaidah untuk menjamin perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen.³

Menurut UU Perlindungan Konsumen, pengertian perlindungan konsumen terdapat pada pasal 1 angka 1, berbunyi;

“Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada Konsumen.”

Pasal tersebut menyatakan bahwa segala sesuatu yang diperbuat maka akan ada jalan yang akan bisa ditempuh agar bisa memberikan jaminan akan kepastian hukum, menegaskan secara jelas yang bisa membuat semua pelaku usaha agar

¹Az.Nasution, *Pengantar Hukum Perlindungan Konsumen*2006: 29

²Shidarta,2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo, , hal 9

³Sidobalok.2014.Janus.. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, , hal 39

tidak bertindak sesuka hati kepada konsumen, karena konsumen bisa mendapat perlindungan hukum, serta dijamin kepentingannya⁴

Menurut *Guidelines for Consumer Protection of 1985* yang dibuat/dikeluarkan secara sah United Nation (lebih dikenal sebagai Perserikatan Bangsa-Bangsa di Indonesia) menyebutkan jika “Konsumen dimanapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya”. United Nation merekomendasikan agar seluruh negara anggota untuk menjalankan hak-hak konsumen wilayah negara masing-masing.⁵

b. Tujuan dan Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen memiliki misi untuk memberi keseimbangan hukum dan kepastian hukum bagi penjual dan pembeli agar tercipta perekonomian yang positif dan aktif, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran bagi masyarakat.

Tujuan UU perlindungan konsumen telah tertata dalam dalam Pasal 3 Undang Undang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. *“Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.*
2. *Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksek negatif pemakaian dan/atau jasa.*
3. *Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.*

⁴ Ahamadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,) hal. 1.

⁵ Tini Hadad, Dalam AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Diadit Media, 2001) Cet. II, hlm vii.

4. *Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.”*

Asas hukum perlindungan konsumen diatur dalam pasal 2 UU Perlindungan

Konsumen yaitu:

1. Asas Manfaat

Asas ini menjelaskan bahwa didalam pengadaan perlindungan konsumen, Manfaat tersebut adalah manfaat secara merata dan keseluruhan bagi pembeli dan pelaku usaha.

2. Asas Keadilan

Asas keadilan adalah asas yang menjunjung tinggi nilai keadilan bagi konsumen dan membutuhkan kerja sama antara seluruh pihak agar dapat terwujud secara maksimal dan membuat konsumen yakin bahwa konsumen bisa mendapatkan haiknya meskipun sebgai pihak yang paling lemah.

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan menjamin kesederajatnya hak dan kewajiban antara penjual, pembeli, dan pemerintah dalam arti kebendaannya ataupun kerohaniannya, karena pembeli dianggap sebagai pihak yang paling sulit, susah dan lebih lemah dalam mendapat kepastian hukum.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini memberi jaminan atas keamanan dan keselamatan bagi pembeli sehingga pembeli bisa memakai, menggunakan dan memanfaatkan barang atau jasa yang disediakan pelaku usaha.

5. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum berisi mengenai para pihak, Konsumen dan juga pelaku usahayang mematuhi aturan agar bisa mendapatkan keadilan dalam jalannya perlindungan Konsumen, serta agar membantu pemerintah untuk tetap bisa menanggung kepastian hukum.⁶

UU Perlindungan Konsumen Pasal 3, menyebutkan jika;

“Tujuan perlindungan konsumen adalah sebagai berikut.

1. *Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;*
2. *Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekkses negatif pemakaian barang dan / atau jasa;*
3. *Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;*
4. *Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;*
5. *Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;*
6. *Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang, menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”*

c. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Perlindungan Konsumen

Pada umumnya, tanggung jawab atas produk adalah rancangan hukum yang memiliki tujuan agar dapat memberi perlindungan kepada pembeli

⁶[www.Direktorat perlindungan Konsumen \(direktoral jendral perdagangan dalam negeri situs perlindungan Konsumen\).com](http://www.Direktorat_perlindungan_Konsumen_(direktoral_jendral_perdagangan_dalam_negeri_situs_perlindungan_Konsumen).com). diakses pada tanggal 3 Januari 2019 4.24 pm

(konsumen). beberapa prinsip dalam tanggung Jawab yang Perlindungan Konsumen memiliki yaitu:⁷

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan (Liability Based on Fault)

Prinsip tanggung jawab ini adalah prinsip yang dipakai secara umum dalam hukum perdata dan juga hukum pidana. Dalam prinsip ini memakai kesalahan sebagai tanda pertanggungjawaban artinya adalah apabila ada pihak yang memang bersalah dalam suatu kejadian, maka pihak yang bersalah tersebutlah yang harus mengganti kerugian atau menerima hukuman atas kesalahannya. Prinsip ini searah dengan teori yang dipakai dalam hukum acara yaitu asas kedudukan yang sama diantara semua pihak yang berperkara (asas audi et alterm partem). Berarti prinsip ini, hukum memberikan masing-masing pihak yang besengketa kedudukan yang seimbang dan patut, sehingga para pihak memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan sengketa.

2. Praduga Selalu Bertanggung Jawab (Presumption of liability)

Prinsip ini adalah prinsip praduga yang tergugat tetap memiliki tanggung-jawab hingga tergugat bisa memberi pembuktian bahwa tergugat tidak bersalah. Dalam prinsip initergugat memiliki kewajiban untuk memberi bukti, prinsip ini memakai pembuktian terbalik (omkering van bewijslas). UU Perlindungan Konsumen memakai omkering van bewijslas dan dijelaskan jelas dalam Pasal 19, 22, dan 23. Dasar dari teori Pembalikan Beban Pembuktian ialah seseorang yang digugat diduga memiliki kesalahan

⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta: Grasindo, 2004, hlm

sampai orang tersebut dapat memberikan bukti sebaliknya. Jika menggunakan teori ini dalam melindungi konsumen, maka beban kewajiban untuk pembuktian kesalahan ada pada pihak pelaku usaha yang digugat. Pelaku usaha harus menjelaskan dan memberi bukti bahwa dirinya tidak bersalah. Tentu saja apabila pelaku usaha tidak melakukan kesalahan, maka ada kemungkinan posisi konsumen untuk menggugat kembali oleh pelaku usaha, karena gugatan konsumen kepelaku usaha berakibat negatif pada usahanya.

3. Praduga Selalu Tidak Bertanggung Jawab (Presumption of non-liability)

Prinsip ini cukup dikenal dan dipakai dalam hukum pengangkutan yang membawa konsumen yang biasanya penyebab kerugian konsumen masuk akal hingga dapat dibenarkan. Contoh prinsip ini adalah terjadi pada hilang atau rusaknya suatu barang pada kabin bagasi penerbangan, dimana penumpang adalah orang yang mengawasi barang bawaan sendiri sehingga tanggung jawab atas hilang atau rusaknya barang bawaan ditanggung oleh penumpang, bukan maskapai.

4. Tanggung Jawab Mutlak (strict liability)

Prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang mengartikan bahwa kerugian konsumen adalah memang merupakan tanggung jawab pelaku usaha tanpa harus dibuktikan. Hal untuk lepas dari tanggung jawab ini bisa yaitu ketika dalam keadaan force majeure atau keadaan yang merupakan keadaan yang tidak bisa dilakukan oleh para pihak untuk

menghentikan keadaan tersebut sehingga keadaan tersebut merugikan konsumen.

Prinsip tanggung jawab mutlak, Menurut RC Hoerber dapat dipakai dengan alasan:⁸

1. Konsumen adalah pihak yang paling sulit membuktikan adanya kesalahan dari suatu barang yang kompleks
2. Agar pelaku usaha lebih berusaha dalam memenuhi hak konsumen, jika suatu saat kesalahan dan mendapat gugatan.
3. Asas ini akan menimbulkan hal paksaan agar pelaku usaha lebih hati-hati dalam melakukan usahanya.

5. Pembatasan Tanggung Jawab (limitation of liability)

Prinsip pembatasan tanggung sangat disukai oleh para pelaku usaha karena dalam prinsip ini mereka dapat dengan senang hati mencantumkan klausula baku (ketentuan sepihak) dalam perjanjian yang mereka buat yang tentunya perjanjian tersebut bisa merugikan konsumen. Tetapi prinsip ini ditentang dalam pasal 18 UU Perlindungan Konsumen mengenai larangan pencantuman klausula baku.

2. Tinjauan Umum Tentang Iklan

a. Pengertian Iklan

Iklan adalah suatu pesan yang dibuat dan disebar oleh seseorang ataupun perusahaan, yang berisikan informasi yang mempengaruhi sebuah produk/jasa

⁸Tim FH UI dan Depdagri. 1992, *Rancangan Akademik Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta; tidak dipublikasikan, , hlm.58.

yang ditujukan untuk calon konsumen dengan tujuan memperkenalkan suatu barang/jasa yang membuat masyarakat agar tertarik untuk memakai, membeli produk/ jasa yang diiklankan serta bertujuan untuk mendapatkan penjualan dan untung uang sebesar-besarnya. Fungsi iklan bagi masyarakat yang melihatnya adalah bisa mendapat perkiraan mengenai produk/jasa yang ditawarkan tersebut. Biasanya iklan ditempatkan di berbagai tempat yang mudah dilihat oleh masyarakat, iklan bisa dipasang media offline dan juga media *online*. Contohnya adalah TV, tabloid, koran, majalah, situs, Blog, Media Sosial, mesin pencari, dan tempat-tempat umum dilihat orang.

Umumnya iklan berbentuk informasi non-personal tentang suatu produk /jasa dan lain lain, dengan membayar biaya untuk iklan tersebut. Semua komunikasi dalam bentuk iklan ini bertujuan untuk memikat masyarakat agar berniat untuk membeli atau melakukan sesuatu yang menguntungkan penyebar iklan.

Berikut Definisi iklan menurut para ahli:⁹

a. Kotler

Iklan adalah penyampaian dan promosi tentang informasi mengenai suatu barang atau jasa yang dibuat oleh penyebar iklan dan biasanya untuk persebaran iklannya penyebar iklan membayar suatu media.

b. Courtland L bovee

⁹<https://projasaweb.com/pengertian-iklan/> diakses pada tanggal 04 juni 2019

Iklan adalah suatu informasi yang berbayar dan memiliki sifat mengajak tentang suatu jasa, produk, ide atau dari sponsor yang dimuat diberbagai media.

c. Rhenald Kasali

Iklan adalah suatu penyampaian mengenai suatu informasi yang memberikan penawaran tentang suatu produk/ jasa yang dipakai dengan cara menunjukkan iklan tersebut kepada banyak orang lewat suatu media.

d. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Berita atau pesan yang memiliki tujuan agar mendorong masyarakat untuk tertarik terhadap suatu barang/jasa.

b. Tujuan Iklan

Secara umum iklan memiliki tujuan agar dapat memikat masyarakat untuk memunculkan minat untuk membeli dan menggunakan suatu barang/jasa.

Tujuannya iklan yang lain yaitu, sebagai berikut:

1. Menginformasikan kepada orang-orang tentang produk/barang atau jasa, dengan menggunakan bahasa yang sifatnya mengajak dengan cara menunjukkan keunggulan mengenai suatu barang/ jasa yang dipromosikan.
2. Membuat masyarakat yang merupakan sasaran pasar untuk terpengaruh agar mereka memakai dan menggunakan barang/jasa yang diiklankan.

c. Manfaat Iklan

Penyebarnya tentu ingin memakai iklan apabila iklan tidak memberi keuntungan bagi penyalur iklan. Beberapa manfaat iklan yang diterima oleh penyalur iklan, yaitu:

1. Barang yang ditawarkan dikenal oleh banyak orang.
2. Bertambahnya calon pembeli.
3. Meningkatkan keuntungan.
4. Meningkatkan *brand awareness* produk miliknya.

d. Ciri-Ciri Iklan

Iklan mempunyai karakteristik (ciri-ciri) yang membuat masyarakat bisa tahu mengenai tentang apa maksud dari iklan. Umumnya ciri-ciri iklan adalah:

- 1) Informasi diberi dengan cara mudah dipahami dan memiliki informasi
- 2) Memakai tutur bahasa yang mengajak agar orang lain tertarik.
- 3) Memakai tutur bahasa yang tepat agar mudah dimengerti oleh masyarakat atau target market.
- 4) Menguraikan barang dan cara memakai barang.

e. Syarat Iklan

Syarat iklan agar iklan tersebut dianggap baik bagi masyarakat:

1. Bersifat jujur.
2. Berisikan informasi yang padat, jelas dan mudah dimengerti.
3. Tidak bersifat menghina, merendahkan, atau menyakiti produk maupun pihak lain.

4. Disusun agar menarik

f. Jenis-jenis Iklan

Secara umum, ada 2 jenis iklan, yaitu:

1. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan ini dibuat oleh pemerintah atau suatu lembaga bukan untuk tujuan mencari keuntungan, tetapi bertujuan memberi informasi, pendidikan, serta penerangan kepada masyarakat dengan membujuk orang agar ikut berpartisipasi atau bersikap sesuai isi pesan yang ingin dicapai. Contoh: Iklan tentang buang sampah pada tempatnya, iklan mengenai Keluarga Berencana (KB), iklan mengenai bahaya menebang hutan secara liar dan lain-lain.

2. Iklan Standart (Niaga)

Iklan yang disebar oleh pihak tertentu yang bertujuan untuk mendapat keuntungan dengan maksud menginformasikan mengenai barang/jasa pelayanan kepada masyarakat agar berminat pada produk sehingga konsumen berniat mempunyai barang/memakai jasa yang dipromosikan.¹⁰

Contoh; tas, sepatu, jam tangan dan lain sebagainya

g. Jenis Iklan Berdasarkan Media yang Dipakai

¹⁰ Alo liliweri, 1992 *Dasardasar Komunikasi Periklanan*, Citra Aditya, Bandung,; hal 31-32

1. Iklan dengan Media yang dicetak

Iklan jenis ini memakai dan diterbitkan pada media cetak dan sering terlihat pada poster, selebaran, koran, tabloid, stiker, surat kabar dan lain lain.

2. Iklan dengan media yang memakai elektronik

Jenis iklan dibuat dan disebarluaskan dengan memakai media elektronik seperti film, TV, radio, dan media digital interaktif (internet).¹¹

h. Jenis Iklan Berdasarkan Tujuannya

Terdapat 2 jenis iklan yang dibuat berdasarkan tujuan yaitu iklan komersial dan iklan non-komersial.

1. Iklan Komersial

Iklan ini dipakai agar mempermudah penyebaran mengenai barang/jasa, untuk mendapatkan keuntungan dan menaikkan omset.

2. Iklan Non-Komersial

Iklan ini dipakai agar dapat dengan mudah memberi pengetahuan, ajakan, informasi bagi khalayak ramai.. tidak untuk mencari profit, namun untuk meningkatkan kesadaran bagi kehidupan ekonomi dan kehidupan sosial masyarakat. Contoh iklan masyarakat misalnya iklan partai politik, iklan kebersihan lingkungan dan lain sebagainya.

1. Tinjauan Umum Tentang Hukum Perikatan

a. Pengertian Hukum Perikatan

¹¹<https://mediamove.id/pengertian-iklan-secara-umum/> diakses pada tanggal 04 Juni 2019

Hukum Perikatan ialah peraturan yang menata hubungan antara 2 orang/lebih, dimana para pihak memiliki hak atas suatu prestasi dan pihak yang lebih memiliki kewajiban memenuhi prestasi tersebut.¹²

b. Dasar Hukum Perikatan

Berdasarkan KUHPerdata, sumber perikatan terdapat tiga dasar yaitu:

1. Perikatan yang terjadi akibat dari persetujuan.
2. Perikatan yang terjadi akibat dari undang-undang
 - a. Perikatan yang timbul akibat undang-undang semata
 - b. Perikatan yang timbul akibat undang-undang akibat perbuatan manusia
3. Perikatan yang timbul bukan perjanjian, tapi terjadi karena adanya suatu perbuatan yang melanggar hukum dan perikatan yang terjadi karena perwakilan sukarela

a. Asas-Asas Hukum Perikatan

Di dalam Buku III KUHPerdata mengatur mengenai asas-asas perjanjian, yakni:

1. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas ini adalah asas yang berisi mengenai segala sesuatu perjanjian adalah sah bagi pihak yang membuat dan adalah peraturan bagi pihak yang membuat peraturan mereka asas ini diatur didalam pasal 1338 KUHPerdata.

2. Asas konsensualisme

¹² <https://www.scribd.com/doc/16733475/Hukum-Perikatan> diakses pada 18 Februari 2020

Asas ini berarti bahwa perjanjian muncul saat adanya kata sepakat diantara para pihak, tanpa memerlukan formalitas. Asas ini diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu “Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

- a. Kata Sepakat antara Para Pihak yang Mengikatkan Diri
- b. Cakap untuk Membuat Suatu Perjanjian
- c. Mengenai Suatu Hal Tertentu
- d. Suatu sebab yang Halal”

b. Unsur-Unsur Perikatan

1. Subjek perikatan

Subjek yang dimaksud dalam hal ini adalah pelaksana perikatan.

Perikatan dalam hal ini adalah yang melingkupi perikatan disebabkan oleh adanya perjanjian dan yang disebabkan karena ketentuan Undang-Undang.

Para pihak perikatan yaitu orang dan badan hukum. Setiap pelaksana perikatan yang membuat perikatan perlu:

- a. Kebebasan menyatakan keinginan.
- b. Jangan ada pihak lain yang memaksa perikatan.
- c. Jangan adanya pihak yang menipu.
- d. Jangan ada kekhilafan antara para pihak yang membuat perikatan.

2. Wenang berbuat

Menurut hukum dalam mencapai persetujuan kehendak, semua pihak-pihak yang melakukan perikatan harus memiliki wenang untuk berbuat.

Persetujuan kehendak adalah pemberitahuan agar adanya saling menerima dan memberi secara konkret dalam bentuk tindakan yang pasti. Di mana harus ada salah satu pihak menyatakan memberi sesuatu kepada yang dan pihak yang lain menerima sesuatu.

Persetujuan pihak adalah kesepakatan yang dibuat oleh para pihak untuk berjanji melaksanakan hak dan kewajiban para pihak masing-masing. Persetujuan kehendak menentukan juga kapan kedua pihak mengakhiri perikatan, pengakhiran tersebut akan terjadi karena tujuan para pihak telah tercapai.

3. Objek perikatan

Objek perikatan dalam KUHPerdara haruslah merupakan benda. Benda yang dimaksud dalam objek perikatan haruslah benda yang bisa menjadi milik orang, benda yang dipakai orang. Dengan maksud lain adalah benda tersebut memiliki keuntungan atau manfaat. Benda yang menjadi objek perikatan dibagi menjadi 2 yaitu benda bergerak dan benda tidak bergerak. Dimaksud benda bergerak adalah suatu benda yang dapat dipindahkan dan diangkat seperti sepatu, jam tangan, laptop, handphone, mobil, motor dan lain lain, sedangkan benda tidak bergerak adalah benda yang tidak dapat dipindahkan dan diangkat, seperti rumah gedung dan lain lain. Jika suatu benda dijadikan menjadi objek perikatan, benda tersebut harus memenuhi syarat seperti yang ditetapkan oleh undang-undang.

4. Tujuan Perikatan

Perikatan memiliki tujuan yaitu agar terpenuhnya prestasi untuk para pihak dan harus bersifat halal, tidak bertentangan dengan kesusilaan, ketertiban umum dan tidak dilarang dalam peraturan perundang-undangan. Pasal 1234 KUHPerdara “Prestasi tersebut dapat berbentuk kewajiban memberikan sesuatu, kewajiban melakukan sesuatu (jasa), atau kewajiban tidak melakukan sesuatu.”

c. Wanprestasi

Wanprestasi adalah suatu perbuatan ingkar janji yang dilakukan oleh salah satu pihak dalam perjanjian. Biasanya apabila salah satu pihak mengingkari janji maka pihak lain yang merasa dirugikan akan memiliki hak untuk mengajukan gugatan, demikian juga jika tidak perjanjian sesuai dengan pasal 1320 KUHPerdara tentang syarat-syarat sahnya suatu perjanjian, maka pihak lain yang merasadirugikan bisa membatalkan perjanjian melalui suatu gugatan,. Wanprestasi itu dapat berupa 4 kategori ini yaitu¹³

1. Mereka yang tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. Mereka yang melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan;
3. Mereka yang melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat;

¹³ https://www.scribd.com/aji_olsdal/d/82009662-PENGERTIAN-WANPRESTASI diakses pada 18 Februari 2020

4. Mereka yang melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Sanksi hukum atau akibat yang diterima apabila melakukan wanprestasi adalah sebagai berikut:

- a. Kewajiban membayar untuk mengganti kerugian.
- b. Perjanjian akan batal.
- c. Resiko dialihkan.

2. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian jual beli adalah perjanjian yang mengikat bagi penjual dan pembeli¹⁴. Penjual adalah pihak yang memberikan barang yang dijual, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual sesuai dengan kesepakatan antara kedua pihak. Dalam pasal 1458 KUHPerdara ditemukan pengertian bahwa “Jual beli adalah suatu perjanjian konsensuil dimana secara sederhana dapat dikatakan bahwa pada dasarnya setiap penerimaan yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan penerimaan, baik yang dilakukan secara lisan maupun yang dibuat dalam bentuk tertulis menunjukkan saat lahirnya perjanjian.” Konsensuil artinya hal tersebut telah mengikat para pihak dari sejak jual beli dilakukan, ketika para pihak sepakat maka penjual wajib melakukan penyerahan barang dan pembeli wajib membayar barang sesuai dengan biaya yang telah disepakati oleh para pihak.

¹⁴ <https://kbbi.web.id/jual%20beli> diakses tanggal 1 juli 2019

Menurut pasal 1457 KUHPerdara merumuskan jual beli sebagai : “Suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan” mengartikan jika transaksi jual beli adalah perjanjian timbalbalik.

Menurut Abdulkadir Muhammad, adalah pemindahan hak hak milik penjual kepada pembeli dengan mendapatkan uang sebagai bentuk pembalasannya.¹⁵

b. Tujuan Jual Beli

Tujuan adanya jual beli adalah untuk mengganti hak milik atas suatu benda yang menjadi objek jual beli. Hak milik atas benda tersebut dapat didapat dengan memberi/menyerahkan. Untuk memberika hak milik tersebut, dilakukan oleh orang yang memiliki hak sepenuhnya atas barang tersebut. Ketentuan itu mensyaratkan bahwa untuk memperoleh hak milik berdasarkan penyerahan, harus memenuhi 2 syarat:

1. Adanya pemindahan hak milik/ peristiwa perdata;
2. Adanya serah-terima

KUHPerdara tidak memberikan pengertian dari peristiwa perdata mengenai penyerahan kebendaan, intinya apa yang dijanjikan oleh para pihak memiliki tujuan untuk melakukan penyerahan barang dan menerima uang untuk mengganti hak milik kebendaan tersebut. Maka tujuan dari penyerahan ini dapat di dalam :

1. Jual Beli, telah ada disusun dalam Bab V Buku III KUHPerdara

¹⁵ Abdulkadir Muhammad, 2010, Hukum Perjanjian, PT Alumni, Bandung, , hlm. 243.

2. Tukar Menukar, telah ada disusun dalam Bab VI Buku III KUHPerdara
3. Hibah, telah ada disusun dalam Bab X Buku III KUHPerdara

Menurut pasal 1686 , “Hak milik atas benda-benda yang termaktub dalam penghibahan, sekalipun penghibahan itu telah diterima secara sah, tidaklah berpindah pada penerima hibah selainnya dengan jalan penyerahan yang dilakukan menurut pasal 612, pasal 613, dan pasal 616 dan selanjutnya”.

c. Unsur Jual Beli

Jual beli terdapat dua unsur penting yang mendukung dalam jalannya jual beli, yaitu:

1. Barang/benda yang diperjualbelikan

Barang yang diperjualbelikan adalah barang berwujud benda/zaak. Barang adalah sesuatu hal yang bisa dijadikan objek harta benda atau harta kekayaan. Menurut ketentuan Pasal 1332 KUHPerdara, yang menyatakan bahwa hanya barang tertentu saja yang bisa dijadikan objek kesepakatan.

Penyerahan barang-barang tersebut diatur dalam KUHPerdara sebagaimana berikut:

- 1) *“Untuk barang bergerak cukup dengan penyerahan kekuasaan atas barang itu (Pasal 612 KUHPerdara)*
- 2) *Untuk barang tidak bergerak penyerahan dilakukan dengan pengumuman akta yang bersangkutan yaitu dengan perbuatan yang di namakan balik nama di muka pegawai kadaster yang juga dinamakan pegawai balik nama (Pasal 616 dan Pasal 620 KUHPerdara).*
- 3) *Untuk barang tidak bertubuh dilakukan dengan membuat akta otentik atau di bawah tangan yang melimpahkan hak-hak atas barang-barang itu kepada orang lain (Pasal 613 KUHPerdara).”*

2. Harga

Harga adalah suatu biaya yang dalam bentuk uang dan harus dibayar karena yang namanya jual beli artinya membeli sesuatu, jika memakai barang namanya tukar menukar. Harga yang dimaksud ditentukan dan disepakati oleh pihak penjual dan juga pembeli dan pembeli berkewajiban untuk membayar barang tersebut sesuai dengan harga yang ditentukan dalam perjanjian..

d. Kewajiban Penjual

Pada pasal 1458 KUHPerdara, telah diatur mengenai kewajiban yang harus dilakukan oleh penjual, yakni:

1. *“Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya.*
2. *Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan atau jika tidak telah ditentukan saatnya atas permintaan pembeli.*
3. *Menanggung kebendaan yang dijual tersebut.”*

Kewajiban utama yang harus dilakukan oleh penjual yaitu:

1. Kewajiban untuk memberikan barang yang dijual.
2. Menanggung segala cacat-cacat tersembunyi didalam barang yang dijual.¹⁶

Barang yang penjual berikan kepada pembeli haruslah benar-benar barang itu adalah miliknya sendiri dan bebas dari tuntutan pihak lain. Apabila ada cacat tersembunyi, maka penjual yang harus menanggung hal tersebut meskipun penjual tidak tahu mengenai adanya cacat tersebut kecuali telah diperjanjikan sebelumnya.

¹⁶ Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: PT Alumni, 1982, hlm. 8.

Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen menjelaskan juga mengenai kewajiban pelaku usaha:

1. *“Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.*
2. *Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.*
3. *Memperlakukan konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif*
4. *Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan. Berdasarkan ketentuan mutu standar barang dan jasa yang berlaku.*
5. *Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan /atau diperdagangkan.*
6. *Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan atas barang/jasa yang diperdagangkan*
7. *Memberi kompensasi apabila barang atau jasa tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan”.*

e. Kewajiban Pembeli

Menurut pasal 1513, pembeli memiliki kewajiban utama yaitu penjual harus melakukan pembayaran terhadap harga barang yang dibelinya dan membayatr pada tepat waktu sesuai dengan persetujuan waktu membuat perjanjian, pembayaran tepat waktu tersebut diatur jelas didalam pasal 1514. Adapun sesuai Hak konsumen yang terdapat didalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 UU

Perlindungan Konsumen, Konsumen memiliki hak sebagai berikut:

1. *Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;*
2. *Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;*
3. *Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;*
4. *Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;*

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”

Menurut Abdulkadir Muhammad, kewajiban pembeli adalah untuk menerima barang dan melakukan pembayaran barang sesuai dengan kesepakatan.¹⁷ Sedangkan menurut Subekti, kewajiban utama pembeli adalah melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang dijanjikan pada masa yang ditetapkan. Pembayaran harga yang dimaksud adalah harus dalam bentuk uang meskipun tidak diatur dalam undang undang.¹⁸

Menurut J.F Kennedy membagi empat Hak Dasar konsumen, keempat hak dasar tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Hak konsumen untuk memperoleh keamanan (*the tight to safety*);
- b. Hak konsumen untuk memilih (*the right to choose*);
- c. Hak konsumen untuk mendapat informasi (*the right to be informed*);
- d. Hak konsumen untuk didengar (*the right to be heard*).

¹⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Op.Cit., hlm. 257-258.

¹⁸ Subekti, Op.Cit., hlm. 20.

3. Tinjauan Umum Tentang Jual beli *Online*

a. Pengertian Jual beli *Online*

Jual beli *online* adalah suatu aktivitas usaha yang menyangkut erat hubungannya dengan konsumen. Pembuat barang, dan perdagangan perantara serta menyangkut erat dengan internet untuk menjalankan aktivitas jual beli ini. Jual beli *online* adalah pencapaian sukses yang terjadi dalam dunia teknologi, proses dan penerapannya dapat berbisnis tanpa memakai kertas (*paperless*). Hal ini dapat dilakukan dengan banyak cara seperti melalui email untuk memesan barang, tapi umumnya memakai link agar mempermudah konsumen mengunjungi website toko.¹⁹

Di dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan juga disebutkan dalam Pasal 1 bahwa “Perdagangan melalui Sistem Elektronik (Jual beli *online*) adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik”²⁰. Pengertian transaksi elektronik berdasarkan Pasal 1 ayat (2) “UUITE adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

Pada transaksi jual beli *online*, para pihak didalamnya memakai kontrak atau perjanjian melalui elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UUITE “Elektronik disebut sebagai kontrak elektronik, yakni perjanjian yang dimuat

¹⁹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal Jual beli online*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 1-2.

²⁰ Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya”.²¹ Transaksi jual beli *online* bisa dilakukan meskipun para pihak terhalang jarak jauh dan bisa dilakukan terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.

Beberapa unsur dari transaksi *online*, yaitu:²²

1. Memiliki perjanjian dagang;
2. Perjanjian tersebut dilakukan dengan memakai media elektronik;
3. Para pihak tidak perlu hadir untuk penandatanganan;
4. Perjanjian tersebut terjadi dalam jaringan internet;
5. Sistemnya terbuka, yaitu dengan memakai internet atau www;
6. Perjanjian tersebut terlepas dari batas, yuridiksi nasional.

Suatu transaksi *online* juga sama seperti jual beli yang terjadi secara umum.

Di dalam transaksi jual beli *online* memiliki suatu konsensualisme, yang berarti setelah terjadinya kesepakatan diantara para pihak, yaitu penawaran dan penerimaan maka hal tersebut sudah merupakan awal terjadi kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan. Pasal 19 UUTE menyatakan bahwa :*“Para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati.”*

Transaksi jual beli *online* terjadi saat penawaran yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima sesuai dengan yang telah diatur dalam

²¹ Mariam Darus Badruzaman, 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, , hlm. 283

²²Ibid., hlm. 285

Pasal 20 ayat (1) UUIE, yaitu “transaksi elektronik baru terjadi jika adanya penawaran yang dikirimkan kepada penerima dan adanya persetujuan untuk menerima penawaran setelah penawaran diterima secara elektronik”. Pasal 20 ayat (2) UUIE disebutkan: “Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.”

Selanjutnya setelah dilakukan penawaran dan penerimaan maka tahap lanjutannya adalah pembeli melakukan pembayaran sesuai dengan perjanjian, kemudian penjual akan mengirim barang melalui kurir sesuai dengan perjanjian²³.

Biasanya dalam jual beli *online* ongkos kirim (ongkir) dibayar oleh pembeli, atau jika sudah diperjanjikan penjual juga bisa membayar ongkos kirim atau bisa dibagi dua tergantung dari perjanjian yang mereka sepakati.

Jual beli *online* bisa melewati pihak ketiga yaitu dengan menggunakan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, Lazada dan lain lain, jual beli jenis ini sangat mudah dilakukan karena marketplace tersebut memiliki aplikasi yang bisa didownload di HP dan memiliki fitur search untuk mencari barang. Adanya marketplace ini sangat membantu pembeli dalam membeli barang karena bisa melakukan perbandingan harga antar toko yang satu dengan toko yang lain sehingga pembeli bisa mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah, melihat review pembeli sebelumnya atas barang yang dijual penjual di marketplace, sampai bisa mendapatkan gratis ongkir hingga cashback untuk pembelian tertentu tergantung dari kebijakan marketplace. Selain itu transaksi yang dilakukan di marketplace lebih aman karena ketika ketika pembeli membeli

²³ Ahmadi Miru & Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 38.

barang, dana barang akan ditahan oleh pihak ketiga (pihak marketplace) terlebih dahulu dan ketika sudah mendapatkan resi, resi tersebut menjadi patokan untuk pengiriman apakah barang sudah sampai pada tujuan atau belum dan akan diberi waktu beberapa hari dari waktu setelah barang sampai, disaat itu pembeli yang mendapati pesanan tidak sesuai iklan, barang rusak, barang dikirim kurang atau tidak sesuai jumlahnya pembeli dapat mengajukan pengembalian dana atau resolusi atas kerugian tersebut, jika barang tidak ada masalah maka dana akan dilanjutkan dengan diteruskan ke penjual. Dari marketplace ini membuat setiap penjual untuk berlomba-lomba memberikan yang terbaik untuk pembeli, karena di dalam marketplace, review pembeli akan membantu penjual agar barang bisa cepat habis.

Melakukan resolusi atau pengajuan Komplain akan dibantu oleh staff marketplace yang bertindak sebagai penengah, resolusi ini akan membuat suatu ruang baru yang berisi penjual, pembeli dan penengah. Pembeli akan mengirim bukti atas barang yang diajukan komplain dan penjual akan memberikan penjelasan mengenai barang, dan pihak penengah akan membantu proses resolusi agar pembeli dan penjual bisa mendapatkan win-win solution. Biasanya apabila kesalahan terbukti dari pihak penjual, dana pembeli akan dikembalikan kepada pembeli karena hasil keputusan pengembalian dana tersebut diputuskan oleh penengah.

Berbeda dengan membeli tanpa melewati marketplace membeli seperti melewati whatsapp, LINE, Instagram atau membeli tanpa perantara, karena dana yang dikirim oleh pembeli akan langsung masuk ke rekening penjual sehingga

apabila terjadi kerusakan saat pengiriman, barang tidak sesuai gambar, pembeli akan susah untuk melakukan komplain atas kerugian barang, karena semua bergantung kepada itikad baik dari penjual apabila ingin mengganti kerugian tersebut. Sehingga dalam hal ini pembeli menjadi pihak yang paling tidak menguntungkan apabila memakai cara jual beli ini. Hal yang bisa dilakukan oleh pembeli yang mengalami masalah dalam jual beli seperti barang tidak dikirim, barang tidak sesuai iklan adalah dengan melaporkan kerugian ini ke lembaga yang sudah diatur dalam UU Perlindungan Konsumen.

b. Keunggulan Jual beli *Online* Sebagai Sarana Transaksi *Online* di Indonesia

Perkembangan dunia teknologi sangat memberi manfaat yang besar dalam dunia bisnis. Para pesaing mampu berkompetisi dan berlomba untuk menjual barang dan mendapat keuntungan yang banyak. Salah satu cara bersaing yang dipakai sekarang yaitu dengan menggunakan e-commerce (jual beli *online*), yaitu untuk menjual berbagai macam produk/jasa.²⁴

Manfaat dari Transaksi Jual beli *online* ada tiga, yaitu:²⁵

1. Keuntungan bagi perusahaan:

1. Memperpendek jarak karena tanpa perlu bertemu dengan konsumen, perusahaan bisa mendapatkan keuntungan.

²⁴ Indrajit, 2001. *Jual beli online :Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Elex Media Komputindo, Jakarta. hlm. 6.

²⁵ Adi Nugroho.2006.*Jual beli online, Memahami Perdagangan Moderen di Dunia Maya*, Informatika, Bandung, hlm. 27-28.

2. Memperluas pasar karena semua wilayah konsumen dapat dijangkau dengan bantuan kurir pengiriman.

3. Selain itu peluang bisnis dengan pihak lain semakin tinggi karena mudah dilakukan.

2. Keuntungan bagi Konsumen:

1. Efektif karena informasi mudah didapat mendapat informasi yang cepat.

2. Aman bagi konsumen karena tidak perlu membawa kendaraan dan membawa uang kemana-mana.

3. Fleksibel karena konsumen bisa melakukan transaksi dimanapun

3. Keuntungan bagi Masyarakat Umum:

1. Menjadi lapangan kerja baru bagi mereka yang bisa memanfaatkan teknologi.

2. Menurunkan tingkat polusi udara dan pencemaran lingkungan karena konsumen tidak repot-repot keluar rumah

3. Meningkatkan kualitas SDM dalam menggunakan teknologi

B. Landasan Yuridis

Berikut undang-undang yang dipakai oleh penulis dalam menyusun penelitian ini adalah:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia

Pasal 1457

“Suatu perjanjian diantara pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain membayar harga sesuai dengan yang telah di janjikan”.

Pasal 1458

“Jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai kesepakatan tentang kebendaan tersebut dan harganya meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar”.

Pasal 1320

“Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:
1. kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. suatu hal tertentu;
4. suatu sebab yang halal.”

2. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 4

- 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 perUUan lainnya”.*

Pasal 5

- a. *“Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;*

- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;*
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;*
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.”*

Pasal 6

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

Pasal 7

- 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”.*

Pasal 8

“1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;*
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;*
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;*
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut,*
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;*
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;*
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;*
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan ‘halal’ yang dicantumkan dalam label;*
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat / isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;*
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.*
- 2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang, rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.*
 - 3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.*
 - 4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat 1 dan ayat 2 dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.”*

Pasal 19

- “1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.*
- 2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.*
- 3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.*
- 4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.*
- 5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.”*

Pasal 23

“Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.”

Pasal 54

- “1. Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.*
- 2. Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.*
- 3. Putusan majelis bersifat final dan mengikat.*
- 4. Ketentuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.”*

Pasal 62

“1. Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 1 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf c, huruf c, ayat 2, dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

2. Pelaku usaha yang, melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat 1, Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat 1 huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

3. Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.”

3. UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UUITE)

Pasal 1

“Menegenai Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, electronic data interchange (EDI), surat elektronik (electronic mail), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

2. Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

Pasal 20

“1. Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima.

2. Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.”

Pasal 28

- “1. Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.*
- 2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA).”*

Pasal 45

- “1. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1), ayat (2), ayat (3), atau ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).*
- 2. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal, 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).*
- 3. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”*

C. Landasan Teoritis

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan Hukum ialah upaya perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum terkait dalam hal untuk mendapatkan haknya dan juga sebagai bantuan kepada subyek hukum dengan tujuan untuk mendapatkan rasa aman.²⁶

Perlindungan hukum memiliki tujuan hukum yaitu untuk mewujudkan kemanfaatan, keadilan dan kepastian hukum. Dalam arti lain perlindungan hukum

²⁶ Satjipto Rahardjo, Ilmu hukum, (Bandung: Citra Aditya Bakti, Cetakan ke-V 2000). hal. 53

adalah upaya-upaya hukum yang diberikan untuk memberikan rasa aman dari pihak manapun, baik secara pikiran maupun fisik.²⁷

Menurut pendapat seorang ahli yang bernama Muchsin, yang dimaksud dengan perlindungan hukum adalah hal yang melindungi subyek hukum dengan adanya peraturan yang diatur didalam undang-undang yang berlaku dan memiliki sifat memaksa dengan adanya sanksi yang akan diberikan jika melakukan pelanggaran terhadap peraturan tersebut. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- Perlindungan Hukum Preventif

Diberikan oleh pemerintah yang memiliki tujuan agar menangkal hal yang tidak diinginkan sebelum terjadi pelanggaran. Misalnya dengan memasang rambu lalu lintas.

- Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan akhir, dengan cara memberi hukuman atau sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan bila terjadi pelanggaran peraturan.²⁸

2. Teori Efektivitas Hukum

Menurut Hans Kelsen, Efektivitas hukum adalah masyarakat didalam suatu tempat, bertindak atau berlaku sesuai atau seperti norma atau peraturan yang telah diatur dalam peraturan didalam wilayah tersebut, menurut Soerjono

²⁷ Satjipto Rahardjo. Loc Cit. hlm. 74

²⁸ Muchsin, Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia, Surakarta, 2003. Hal

Soekanto²⁹ adalah bahwa untuk melihat apakah suatu hukum berlaku efektif atau tidak, dapat dipastikan dengan 5 (lima) faktor, yaitu :

1. Faktor hukumnya sendiri (undang-undang).

Hukum memiliki unsur keadilan, kepastian dan kemanfaatan. Tetapi kenyataan yang terjadi ke-3 unsur tersebut sulit untuk dilaksanakan dalam 1 waktu karena keadilan sulit berjalan dengan kepastian hukum.

2. Faktor penegak hukum,

Adalah instansi yang bergerak dalam menegakan hukum, aparat penegak hukum, membantu jalannya suatu peraturan dan jika tidak penegak hukum dipastikan hukum akan sulit berjalan.

3. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.

Fasilitas pendukung mencakup adanya tenaga manusia yang terampil, memiliki kualitas baik dan berpendidikan, lembaga atau himpunan yang baik, alat-alat yang cukup, keuangan yang memadai dan sebagainya. Jika fasilitas pendukung belum terpenuhi maka penegakan hukum akan sulit untuk memperoleh tujuan.

4. Faktor masyarakat

Masyarakat mempunyai pendapat-pendapat tertentu mengenai hukum. Artinya jika menurut mereka hukum tersebut wajib dan harus maka akan dijalankan, tetapi ada masyarakat yang tidak peduli pada hukum sehingga

²⁹Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 8.

efektivitas hukum bergantung pada kemauan dan kesadaran hukum masyarakat.

5. Faktor kebudayaan

Faktor ini tidak akan jauh dari factor kemasyarakatan karena budaya lahir di dalam masyarakat, maka dari itu hukum mencakup, struktur, substansi, dan kebudayaan.³⁰ dikarenakan nilai budaya dan masyarakat memiliki relevansi yang besar maka diharapkan agar dapat menjalin hubungan timbal balik antara hukum adat dan hukum positif di Indonesia, dengan demikian bertujuan agar peraturan yang dibuat oleh pemerintah dapat berlaku efektif seperti peraturan adat di Indonesia

Efektivitas diukur dengan beberapa elemen yang tergantung dari keadaan di dalam masyarakat, yaitu :³¹

1. Sebab dari masyarakat yang tidak mengikuti peraturan meskipun aturan tersebut baik.
2. Masyarakat yang tidak mengikuti aturan meski aparat sudah melaksanakan tugasnya.
3. Masyarakat yang tidak mengikuti aturan meskipun sarana, aparat dan hukum telah baik.

Efektivitas hukum membicarakan seberapa berhasilnya suatu hukum di dalam kehidupan masyarakat. Hukum dapat berjalan efektif apabila faktor yang

³⁰ Ibid., 112.

³¹ Ibid., hlm 82.

memberi dampak pada hukum tersebut dapat berjalan dengan baik.. dan dapat dikatakan bahwa sudah efektif apabila peraturan yang dibuat oleh pemerintah dijalankan dan ditaati oleh masyarakat.