

BAB II

PEMBAHASAN

A. Tinjauan Mengenai Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

1. Peran dan Fungsi BPKN

BPKN mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan Perlindungan Konsumen di Indonesia.¹⁶ Pengembangan upaya Perlindungan Konsumen dimaksud paling tidak menunjukkan bahwa BPKN dibentuk sebagai pengembangan upaya Perlindungan Konsumen dalam hal: (1) pengaturan hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha; (2) pengaturan larangan-larangan bagi pelaku usaha; (3) pengaturan tanggung jawab pelaku usaha; dan (4) pengaturan penyelesaian sengketa konsumen.

BPKN yang bertanggung jawab sepenuhnya kepada Presiden, memiliki kedudukan yang kuat dalam mengembangkan upaya Perlindungan Konsumen. Sebagai bagian kelengkapan dalam sistem Perlindungan Konsumen yang dikembangkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), BPKN tidak dapat diintervensi dalam pelaksanaan tugasnya. Kedudukannya yang independen dan bertanggung

¹⁶ Pasal 33 Undang-Undang No 8 th 1999 tentang Perlindungan Konsumen

jawab langsung kepada Presiden diharapkan dapat memberikan Perlindungan Konsumen secara maksimal.

Adapun fungsi dari BPKN memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam mengembangkan upaya Perlindungan Konsumen, dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan tidak hanya terbatas pada penyusunan kebijaksanaan di bidang Perlindungan Konsumen saja.¹⁷

Guna menjalankan fungsinya dalam memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah, BPKN mempunyai tugas:¹⁸

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang Perlindungan Konsumen.
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang Perlindungan Konsumen.
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen.
4. Mendorong berkembangnya lembaga Perlindungan Konsumen swadaya masyarakat.
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai Perlindungan Konsumen dan memasyarakatkan sikap berperipikahan kepada konsumen.
6. Menerima pengaduan tentang Perlindungan Konsumen dari masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, atau pelaku usaha
7. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Peran strategis BPKN yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden, mencerminkan bahwa pengaturan tugas BPKN diharapkan

¹⁷ Ahmadi Miru, *Loc. Cit.*

¹⁸ Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang No 8 th 1999 tentang Perlindungan Konsumen

mampu memfasilitasi konsumen guna memperoleh kepastian hukum. Tugas, kewenangan serta fungsi dari BPKN berbeda dengan badan Perlindungan Konsumen yang ada di luar negeri, seperti di Amerika Serikat badan Perlindungan Konsumen mereka yang bernama *Food and Drug Administration* (FDA) dan lembaga yang juga serupa dengan BPKN dan FDA yaitu badan Perlindungan Konsumen milik Negara Australia yaitu *Australian competition and Consumer Commission* (ACCC). FDA dan ACCC memiliki kewenangan lebih luas seperti menjalankan fungsi pengawasan, menegur langsung perusahaan yang terbukti melanggar peraturan, membawa perkara tersebut ke pengadilan, menuntut ganti rugi hingga menjadi penuntut umum dalam kasus-kasus pidana tertentu.

Tampak jelas perbedaan antara FDA dan ACCC dengan BPKN, bahwa peran BPKN hanya terbatas pada memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka pengaturan Perlindungan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa BPKN hanya berperan sebagai *self-regulatory* yang bisa menelurkan *self-regulation*.¹⁹

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 32: Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan rekomendasi atau pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di

¹⁹Shidarta, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, hlm. 201

Indonesia. Substansi Pasal ini memperjelas peran dari BPKN terhadap pemberdayaan konsumen. Apabila dihubungkan dengan Pasal 34, maka ketentuan Pasal 33 ini merupakan aturan yang bersifat umum yang dijabarkan lebih lanjut dalam Pasal 34. Fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan Perlindungan Konsumen di Indonesia dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan tidak terbatas pada penyusunan kebijaksanaan di bidang Perlindungan Konsumen.²⁰

Peran lembaga konsumen dalam suatu Negara dinilai penting karena membuat upaya perlindungan konsumen lebih efektif, apalagi jika secara simultan dilakukan dalam dua level sekaligus, yaitu dari arus bawah ada lembaga konsumen yang kuat dan tersosialisasi secara luas di dalam masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen, sebaliknya arus atas ada bagian dalam struktur kekuasaan yang secara khusus mengurus perlindungan konsumen.²¹ Semakin tinggi bagian tersebut semakin besar pula *power* yang dimiliki dalam melindungi kepentingan konsumen. Dengan demikian, efektif tidaknya Perlindungan Konsumen suatu Negara tidak semata-mata

²⁰ Ibid, hal. 197

²¹ Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi 1. Cetakan 1. PT. RadjaGrafindo. Jakarta, hlm. 94

tergantung pada lembaga konsumen, tapi juga kepedulian pemerintah, khususnya melalui institusi yang dibentuk untuk melindungi konsumen.²²

2. Keanggotaan BPKN

Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Pasal 31 sampai dengan Pasal 43 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam rangka mengembangkan upaya Perlindungan Konsumen dibentuklah badan atau lembaga ini. Badan ini merupakan salah satu badan nasional yang berkedudukan di ibukota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden. Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam melaksanakan tugasnya dapat bekerja sama dengan organisasi internasional.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional tidak dapat diintervensi oleh pihak departemen seperti Departemen Perdagangan dan Perindustrian di dalam pelaksanaan tugasnya. Kedudukannya independen dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Kedudukan seperti ini baik untuk kepentingan Perlindungan Konsumen. Sifat lebih otonom diharapkan dapat berperan memberikan Perlindungan Konsumen secara lebih maksimal sebagai bentuk perlindungan dari arus atas.²³

²² Ibid, hal. 94.

²³ Ibid, hal. 196.

Keanggotaan BPKN terdiri dari unsur Pemerintah, Pelaku Usaha, LPKSM, Akademisi dan Tenaga Ahli, yang saat ini keseluruhannya berjumlah 17 anggota serta dibantu beberapa staf sekretariat. Berkedudukan di Jakarta, BPKN telah menetapkan tugas dan tata kerjanya sesuai Keputusan Ketua BPKN No.02/BPKN/Kep/12/2004. Dalam memperlancar tugas dan fungsinya untuk pengembangan Perlindungan Konsumen, BPKN membentuk komisi-komisi, yaitu:

1. Komisi I : Penelitian dan Pengembangan
2. Komisi II : Informasi, Edukasi dan Pengaduan
3. Komisi III : Kerja sama²⁴

Anggota BPKN tersebut diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia (DPRI), dengan masa jabatan selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. Ketua dan Wakil ketua BPKN dipilih dari dan oleh anggota, akan tetapi setelah penulis melakukan wawancara di kantor BPKN komisi yang ada disana bertambah menjadi empat yaitu komisi kajian dan penelitian, edukasi dan informasi, bidang pengaduan dan kerja sama dan kelembagaan. Adapun persyaratan keanggotaan BPKN adalah sebagai berikut:

- a. Warga Negara Republik Indonesia;
- b. Berbadan sehat
- c. Berkelakuan baik
- d. Tidak pernah dihukum karena kejahatan;

²⁴<http://www.depdag.go.id/>, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, diakses 6 Maret 2018

- e. Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang Perlindungan Konsumen;
- f. Berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Keanggotaan BPKN hapus karena:

- a. Meninggal dunia;
- b. Mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. Bertempat tinggal di luar wilayah Negara Republik Indonesia;
- d. Sakit secara terus-menerus;
- e. Diberhentikan

Dalam rangka pelaksanaan tugasnya, Pasal 39 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memungkinkan BPKN untuk membentuk sekretariat, yang dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua BPKN. Adapun fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat diatur dalam keputusan Ketua BPKN.

B. Tinjauan Mengenai Perlindungan Konsumen

1. Arti Penting Perlindungan Konsumen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan dan membentengi. Perlindungan Konsumen merupakan perbuatan atau usaha untuk mensejahterahkan masyarakat dalam kaitan dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan pada zaman modern saat ini.

Menurut Mochtar Kusumaatmaja hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi

konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.²⁵ Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan Konsumen memiliki asas-asas serta kepastian hukum yang diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

1. Asas Manfaat. Dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan Perlindungan Konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas Keadilan. Dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memberikan haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas Keseimbangan. Dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen. Dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas Kepastian Hukum. Dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dari asas-asas diatas juga dapat dilihat bahwa yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan

²⁵Hukum Perlindungan Konsumen. (<http://pdfdatabase.com/index.php?q=hukum+konsumen+indonesia>, diakses 1 April 2018

penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunanya, adalah kehidupan bermasyarakat. Tegasnya, hukum Perlindungan Konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.²⁶

Perlindungan Konsumen juga merupakan proses untuk melindungi konsumen terhadap praktik promosi dari pelaku usaha atau penjual jika terjadi kerusakan atau produk cacat dan hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam garis besar haluan Negara sejak 1993 (Ketetapan MPR No.II/MPR/1993) secara eksplisit dicantumkan kata “Perlindungan Konsumen”, sekalipun tidak diuraikan lebih jauh mengenai pengertian dan substansinya. Secara implisit memang segera dapat ditemukan dalam GBHN tersebut berbagai hal yang berhubungan dengan kepentingan konsumen, seperti keharusan menghasilkan barang yang bermutu, kualitas dan pemerataan pendidikan, kualitas pelayanan kesehatan, kualitas hunian dan lingkungan hidup, sistem transportasi yang tertib, kompetisi yang sehat, dan kesadaran hukum.²⁷

²⁶Inosentius Samsul, 2004, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta, h. 34.

²⁷<https://perpustakaan.com/pengertian-perlindungan-konsumen-2/>, diakses 2 April 2018

Perlindungan Konsumen mengarah kepada pemberian kepastian hukum kepada konsumen, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb), penerima pesan iklan dan pemakai jasa.²⁸ Dalam kamus hukum konsumen adalah pihak yang memakai atau menggunakan barang dan jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.²⁹ Selanjutnya menurut Inosentius Samsul konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah dan undangan³⁰

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan bahwa konsumen adalah setiap pemakai dan/atau pengguna barang dan jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain. Selain itu di dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan. Berdasarkan dari beberapa

²⁸<http://www.kbbi.online/2016/04/definisi-maksud-dan-arti-kata-konsumen.html>, diakses 2 April 2018

²⁹<https://www.websiteayu.com/tag/hukum-perlindungan-konsumen/>, diakses 2 April 2018

³⁰ Inosentius Samsul, *Loc.Cit.*

pengertian diatas, maka konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasan yaitu:

- a. Konsumen komersial (*commercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
- b. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
- c. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.

Black's Law Dictionary mendefinisikan konsumen sebagai berikut: *a person who buys goods or service for personal, family, or house hold use, with no intention or resale; a natural person who use products for personal rather than business purpose.* Sedangkan dalam *Text book on consumer law*, konsumen adalah *one who purchases goods or services.*³¹ Definisi tersebut menghendaki konsumen adalah setiap orang atau individu yang

³¹David Oughton dan John Lowry, 1997, *Textbook on consumer law*, Blackstone Press Limited, London, h. 1-2.

harus dilindungi selama tidak memiliki kapasitas dan bertindak sebagai produsen, pelaku usaha dan pebisnis.³²

2. Tujuan Perlindungan Konsumen

Pemerintah Republik Indonesia pada tanggal 20 April 1999 telah mensahkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sebenarnya sebelum UUPK diundangkan, hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha secara tidak langsung telah diatur dan tersebar di dalam berbagai peraturan yang dapat dikelompokkan ke dalam empat bagian besar, yakni perindustrian, perdagangan, kesehatan, dan lingkungan hidup.³³ Namun tidak mungkin bagi seorang konsumen yang buta hukum untuk mencari berbagai hak dan kewajibannya di segunung tumpukan peraturan. Selain itu, kelemahan dari peraturan-peraturan yang muncul sebelum Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:³⁴

1. Definisi yang digunakan tidak dikhususkan untuk Perlindungan Konsumen
2. Posisi konsumen lemah
3. Prosedurnya rumit dan sulit untuk dipahami oleh konsumen
4. Penyelesaian sengketa memakan waktu lama dan biayanya tinggi

³²<https://text-id.123dok.com/document/4zpd6dloz-pengertian-konsumen-pelaku-usaha-dan-hukum-perlindungan-konsumen.html>, diakses 5 April 2018

³³ Ibid., Hlm.50.

³⁴<http://www.jurnalhukum.com/hukum-perlindungan-konsumen-di-indonesia/n>, diakses 5 April 2018

Meskipun ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen, UUPK tidak bertujuan untuk mematikan pelaku usaha. Dengan adanya UUPK, pelaku usaha diharapkan lebih termotivasi untuk meningkatkan daya saingnya dengan memperhatikan konsumen

Menurut ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan Konsumen berbicara mengenai jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen.³⁵ Perlindungan Konsumen mencakup dua aspek utama yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Hal ini mencakup bidang yang cukup luas, mulai dari penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, hingga mengenai ganti rugi yang diterima oleh konsumen bila terjadi kerugian karena mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Hal ini berkaitan erat dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya. Mulai

³⁵ Ibid., Hlm.10.

dari kegiatan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga hingga layanan purnajual.

Sementara itu tujuan Perlindungan Konsumen menurut Pasal 3 UUPK adalah:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-hak nya 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.³⁶

³⁶<http://www.jurnalhukum.com/hukum-perlindungan-konsumen-di-indonesia/>, diakses 6 April 2018

Selain bertujuan untuk melindungi konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya tujuan lain yang juga hendak dicapai dalam Perlindungan Konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma Perlindungan Konsumen dalam UUPK memiliki sanksi pidana,³⁷ singkatnya, bahwa segala yang dimaksudkan dalam Perlindungan Konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Maka pengaturan Perlindungan Konsumen dilakukan dengan:

1. Menciptakan Perlindungan Konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan Perlindungan Konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

³⁷ Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, h. 30-31.

Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Dalam mewujudkan keadilan, Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang menyatakan *the end of the justice to secure from the injury*.³⁸ Menurut G.W. Paton, hak yang diberikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga unsur kehendak (*the element of will*). Sama seperti hukum Perlindungan Konsumen. UUPK mengandung unsur perlindungan, kepentingan dan unsur kehendak (*the element of will*) untuk melindungi konsumen dan juga melindungi pelaku usaha secara adil.

3. Perlindungan Konsumen *e-commerce*

Transaksi jual beli online atau *e-commerce* dilakukan di dunia maya/internet. Kegunaan utama internet dalam bisnis adalah untuk iklan, meskipun fungsi penjualan telah mengikuti, yang lambat laun menambah rentang produk dan jasa yang sebelumnya terbatas. Namun demikian, tanpa memperhatikan tingkat penggunaan internet untuk transaksi konsumen, kepastian yang bersifat relatif yang telah ditetapkan pada tingkat dan bentuk Perlindungan Konsumen di dunia maya akan menjadi rusak dalam konteks internet. Misalnya, akun penjual pakaian di Instagram (penjual online) dapat menutupi transaksinya dengan seorang konsumen dari transaksi lain dengan konsumen lain, memutuskan siapa yang melakukan

³⁸ Bismar Nasution, 2004, *Mengkaji Ulang Hukum sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi*, Universitas Sumatra Utara, Medan, h. 4-5.

transaksi dengan nya dan berdasarkan syarat apa saja. Penjual dapat menawarkan barang atau jasa menurut syarat yang mereka tentukan, yang utama dari semua ini adalah prasyarat pembayaran faktor utama dalam transaksi seperti itu. Dalam teori, sekali penjual menerima pembayaran mereka dapat menghilang tanpa pembeli dapat melacaknya atau sekalipun dapat melacaknya tanpa memiliki kemampuan untuk mendapatkan pengembalian uang, hanya meninggalkan kerugian karena pelanggaran yang mungkin dapat dihasilkan didunia nyata.

Selain itu di lain pihak, dalam transaksi online setiap konsumen bertindak atas namanya sendiri tanpa berhubungan dengan konsumen lain, masing-masing beroperasi secara terpisah dari yang lain karena konsumen tidak mengetahui adanya konsumen lain atau tidak dapat berkomunikasi dengan konsumen lain tersebut. Sangat berbeda dengan transaksi biasa atau transaksi di dunia nyata, pada transaksi online atau *e-commerce* kemungkinan membentuk kelompok pendukung konsumen yang sesuai dengan wewenang dan legitimasi dengan menggunakan tekanan pada bisnis dan juga pemerintah.

Menurut beberapa perspektif atau pandangan dari berbagai sumber salah satunya jika dilihat dari perspektif hukum Islam oleh Nur Azizatil Ajibah, dalam jurnal dari *Legality*, vol 2, no 2, September 2013, dengan judul Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Melalui *E-Commerce*

menyatakan bahwa proses transaksi melalui *e-commerce* menurut hukum Islam dinyatakan sah apabila sesuai dengan kaidah-kaidah yang telah ditentukan oleh syara`. Selain itu antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi dapat membuat perjanjian aqad yang bisa mengikat antara kedua belah pihak. Sehingga apabila nantinya terjadi perselisihan maka akan dapat teratasi melalui perjanjian (MOU) yang disepakati. Adapun syarat umum aqad adalah jika kedua belah pihak cakap berbuat, yang dijadikan objek aqad dapat menerima hukumnya, aqad itu dilakukan oleh orang yang mempunyai hak melakukan dan melaksanakannya, tidak boleh melakukan aqad yang dilarang syara`.³⁹

Etika dan moral dalam transaksi ini menjadi bagian terpenting bagi penjual yang menawarkan produknya. Sehingga akan menimbulkan kepercayaan dan jaminan perlindungan terhadap konsumen. Hukum Islam telah menyebutkan beberapa prinsip yang menjadi tolok ukur etika dan moral dalam perdagangan. Walaupun sepintas *e-commerce* merupakan transaksi yang rawan akan kejahatan dan belum ada aturan baku yang menjamin bahwa transaksi ini boleh, namun dari aspek Perlindungan Konsumen dapat dijamin dan dibuktikan. Sehingga dalam hukum Islam bahwa transaksi ini adalah sah dan diperbolehkan.⁴⁰

³⁹Jurnal hukum *Legality*, vol 2, no 2.

⁴⁰ Jurnal Ekonomi dan Bisnis *E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, edisi November 2014. Vol. 1. No.2

C. Tinjauan Mengenai Transaksi Jual Beli Online atau *E-Commerce*

1. Pengertian Transaksi Jual Beli Online atau *E-Commerce*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Sedangkan online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet atau dalam kondisi berselancar di dunia maya. Transaksi jual beli online atau *e-commerce* merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut organisasi dan individu yang didasarkan pada proses dan tranmisi atau pergerakan informasi melalui sebuah media telekomunikasi data yang didigitalisasi termasuk teks, suara, dan gambar. Transaksi jual beli online tidak hanya menggunakan internet sebagai media, tetapi juga meliputi semua media elektronik lainnya.

Para ahli nasional seperti Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi mengutip pendapat David Baum menyebutkan bahwa pengertian transaksi jual beli online atau *e-commerce* adalah “*E-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services and information*”. Transaksi jual beli online merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu

melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁴¹ Ada beberapa jenis transaksi jual beli online, jenis-jenis tersebut antara lain:

1. *Business to business*
2. *Business to consumer*
3. *Consumer to consumer*
4. *Consumer to business*
5. *Non business electronic commerce*
6. *Intrabusiness*⁴²

Berbagai macam jenis transaksi jual beli online di atas merupakan konsep yang digunakan pelaku usaha dan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.⁴³

Menurut ketentuan dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa transaksi jual beli online (*e-commerce*) atau transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Menurut Pasal 1 ayat 14 Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 Tentang

⁴¹Onno W Purbo, 2000, *Mengenal E-Commerce*, PT. Elek Media Komputindo, Jakarta, hlm.2

⁴² Jurnal *Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing UKM*, Desember, 2013, Volume 21 no.4

⁴³Munir Fuady, 2008, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Modern di Era Global*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 408-409.

Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyebutkan penyelenggaraan transaksi elektronik adalah rangkaian kegiatan transaksi elektronik yang dilakukan oleh pengirim dan penerima dengan menggunakan sistem elektronik.

Kedudukan *E-Commerce* dalam hukum Indonesia juga terletak dalam bidang hukum perdata sebagai subsistem dari hukum perjanjian, maka *e-commerce* memiliki asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian pada umumnya seperti: asas kebebasan berkontrak, asas konsensual, asas itikad baik, asas keseimbangan, asas kepatutan, asas kebiasaan, asas ganti rugi, asas keadaan memaksa, asas kepastian hukum dan lain-lain.⁴⁴ Karena berlakunya asas-asas hukum perjanjian dalam *e-commerce*, maka ketentuan tentang perikatan tetap berlaku, sehingga berlaku pula pasal 1320 KUH Perdata tentang sahnya syarat suatu perjanjian yakni: sepakat mereka untuk mengikatkan dirinya ; cakap untuk membuat suatu perikatan; suatu hal tertentu; suatu sebab yang halal. *E-commerce* juga dianggap sebagai perjanjian yang termasuk dalam hukum perdata karena telah memenuhi asas-asas dalam hukum perdata dan memenuhi unsur dalam pasal 1320 KUH Perdata.

⁴⁴<https://suwardi73.wordpress.com/2015/05/16/aspek-hukum-e-contract-dalam-kegiatan-e-commerce/>, diakses 8 April 2018

2. Ruang Lingkup *E-Commerce*

Seperti yang telah disebutkan diatas, *e-commerce* memiliki beberapa jenis, jenis-jenis tersebut antara lain:

1. *Business to business (B2B)*

Merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau dengan kata lain secara elektronik antar perusahaan yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar.

2. *Business to consumer (B2C)*

Business to consumer dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu.

3. *Consumer to consumer (C2C)*

Consumer to consumer merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, lingkup C2C ini bersifat lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi.⁴⁵

⁴⁵ Jurnal Ekonomi dan Bisnis *E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, edisi November 2014. Vol. 1. No.2

4. *Consumer to business (C2B)*

Pada *e-commerce* tipe ini, pihak individu menjual barang atau jasanya melalui internet atau media elektronik lainnya kepada organisasi atau perusahaan yang berperan sebagai konsumen.

5. *Non business electronic commerce*

Non-business e-commerce merupakan *e-commerce* yang dilakukan pada organisasi yang tidak berorientasi untuk mendapatkan keuntungan seperti institusi akademis, organisasi keagamaan, organisasi sosial dan lain-lain.

6. *Intrabusiness*

Intrabusiness (organizational) electronic commerce meliputi semua aktifitas internal organisasi yang biasanya dilakukan melalui internet. Seperti pertukaran barang, jasa atau informasi. Aktifitas internal bisa bermacam-macam mulai dari menjual produk kepada para karyawan hingga aktifitas pelatihan online.⁴⁶

D. Hasil Penelitian

1. Fungsi dan Tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional saat ini.

Fungsi BPKN sebagaimana disebutkan dalam UUPK adalah memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia (pasal 33). Untuk

⁴⁶<http://www.hukum123.com/definisi-dan-ruang-lingkup-e-commerce/> diakses 20 April 2018

menjalankan fungsi tersebut BPKN memiliki tugas (pasal 34) sebagai berikut:

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang Perlindungan Konsumen.
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang Perlindungan Konsumen.
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen.
4. Mendorong berkembangnya lembaga Perlindungan Konsumen swadaya masyarakat.
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai Perlindungan Konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.
6. Menerima pengaduan tentang Perlindungan Konsumen dari masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, atau pelaku usaha
7. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen

Selanjutnya dalam melaksanakan tugas tersebut diatas BPKN dapat bekerja sama dengan organisasi internasional lainnya yang juga sama-sama memiliki tugas untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha.

Rumusan terkait fungsi-fungsi tersebut diatas memiliki banyak interpretasi namun dalam bab penjelasan hanya ditemukan satu kalimat penjelasan terhadap sikap keberpihakan kepada konsumen saja. Rumusan fungsi yang lain dinyatakan cukup jelas. Adanya rumusan kalimat *interpretative* inilah yang sering menimbulkan kekecewaan *stakeholder* atau suatu masyarakat terhadap BPKN. Sebagai contoh sekelompok konsumen nasabah bank yang dibekukan oleh pemerintah berbondong-

bondong datang ke BPKN untuk mengadukan nasibnya dan meminta BPKN menyelesaikan masalahnya dengan cara mediasi atau cara lainnya dengan para pihak terkait. Alasan mereka datang ke BPKN mendasarkan pada satu rumusan kalimat fungsi BPKN yang termuat dalam UUPK yaitu “menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pelaku usaha”. Mereka kecewa setelah dijelaskan bahwa BPKN tidak memiliki tugas menyelesaikan pengaduan namun hanya menampung pengaduan untuk disalurkan ke lembaga yang berwenang misalnya BPSK, Ombudsman, Pengadilan Negeri atau lembaga penyelesaian sengketa non litigasi seperti Badan Arbitrase Nasional (BANI) atau Pusat Mediasi Nasional (PMN). Pengaduan yang diterima oleh BPKN dari masyarakat (konsumen), LPKSM maupun pelaku usaha akan dikaji dan di analisis untuk dirumuskan kebijakan yang perlu diambil oleh pemerintah terkait dengan permasalahan yang dialami oleh konsumen, LPKSM maupun pelaku usaha tersebut.⁴⁷

Interpretasi lain atas kalimat “menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pelaku usaha ” ini adalah bahwa tugas BPKN menerima pengaduan terkait dengan kebijakan yang diambil pemerintah,

⁴⁷ Gunarto dan Y Setyohadi Pratomo, 2015, Kajian Lembaga Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Draft Laporan Akhir, BPKN, hlm. VI-2.

yang telah, akan atau berpotensi merugikan konsumen, LPKSM (baik sendiri maupun mewakili kepentingan kelompok konsumen) dan pelaku usaha. Rumusan kalimat lain yang juga menimbulkan salah interpretasi adalah tugas “ melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen.” pada bab IV di depan sudah dijelaskan bahwa terdapat suatu lembaga di Indonesia yang diberikan tugas untuk melakukan penelitian, pengendalian dan pengawasan terhadap obat dan makanan, yaitu BPOM. Pada Kementerian Perdagangan juga terdapat unit eselon 3 dibawah Dirjend SPK yang memiliki tugas melakukan pengawasan, yaitu Direktorat Pengawasan Barang Beredar dan Jasa. Tugas BPKN terkait dengan kegiatan penelitian ini adalah dalam rangka merumuskan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen.⁴⁸

Hal-hal tersebut diatas tidak mudah dijelaskan kepada masyarakat bahwa rumusan tugas-tugas tersebut berada dibawah kalimat fungsi: “ memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen”. oleh karena itu hal penting yang perlu diingat adalah bahwa rumusan tugas BPKN perlu diberikan kalimat penjelas agar tidak menimbulkan salah interpretasi. Misal tugas ke-3 “melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut

⁴⁸ Ibid.

keselamatan konsumen” harus diberikan tambahan kalimat dalam rangka memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah.

Terkait dengan fungsi tugas BPKN seperti yang diuraikan diatas terdapat rumusan indikator kinerja utama yang harus dipenuhi oleh BPKN pada tahun 2010-2014 yang tercantum dalam dokumen Renstra Kementerian Perdagangan 2010-2015 adalah sebagai berikut.

No	Indikator Outcome/Output	Target				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	Jumlah rekomendasi kebijakan dan bahan pertimbangan kepada pemerintah	6 rek	8 rek	8 rek	10 rek	10 rek
2	Persentase masyarakat yang memahami perlindungan konsumen	2,5 %	5 %	7,5%	10 %	12,5 %
3	Persentase kajian dan telaahan yang	-	60%	60%	60%	60%

	dipublikasikan					
4	Persentase isu/pengaduan yang ditangani	70%	70%	80%	80%	80%
5	Jumlah supervisi kepada LPKSM dalam aspek pengawasan barang dan advokasi konsumen	-	15 kali	20 kali	25 kali	30 kali
6	Jumlah kegiatan fasilitas, pelatihan dan edukasi serta penyebaran informasi perlindungan konsumen	9 kegiatan	15 kegiatan	17 kegiatan	20 kegiatan	21 kegiatan

Melihat indikator kinerja yang dirumuskan dan ditargetkan oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2010-2014 tersebut terlihat inkonsistensi dengan rumusan tugas dan fungsi, karena indikator kinerjanya tidak semata-mata “*advisory*” namun juga bersifat eksekusi.

Indicator nomor 2,3,4,5 dan 6 adalah indikator kinerja yang bersifat “eseksekutorial”.⁴⁹

Jika dipersandingkan antara fungsi dengan indikator kinerja juga tidak/belum sesuai, sebagaimana telah diperlihatkan oleh matrik berikut:

No	Tugas BPKN	Indikator outcome/output
1	Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang Perlindungan Konsumen.	Jumlah rekomendasi kebijakan dan bahan pertimbangan kepada pemerintah
2	Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang Perlindungan Konsumen.	?
3	Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen	Persentase kajian dan telaahan yang dipublikasikan (indikator ini kurang relevan)

⁴⁹ Ibid.

4	Mendorong berkembangnya lembaga Perlindungan Konsumen swadaya masyarakat.	Jumlah supervisi kepada LPKSM dalam aspek pengawasan barang dan advokasi konsumen
5	Menyebarkan informasi melalui media mengenai Perlindungan Konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.	Jumlah kegiatan fasilitas, pelatihan dan edukasi serta penyebaran informasi perlindungan konsumen, persentase masyarakat yang memahami perlindungan konsumen
6	Menerima pengaduan tentang Perlindungan Konsumen dari masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, atau pelaku usaha	Persentase isu/pengaduan yang ditangani (indikator ini kurang relevan)
7	Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen	?

Dari tabel terlihat bahwa terdapat tugas yang belum/tidak dirumuskan indikator kinerjanya yaitu 2 dan 7. Sementara itu rumusan kinerja yang

telah ada juga belum cocok dengan rumusan tugas, sebagai contoh untuk tugas no 3 dan 6 tidak cocok sebagai alat ukur (tidak relevan). Rumusan indikator tersebut diatas kurang sesuai dengan persyaratan sebuah indikator yang baik sebagai berikut:

No	Syarat rumusan indikator yang baik	Syarat penetapan target indikaor
1	<p><u>R-WD-M-A-R-V-CE:</u></p> <p><i>Relevant:</i> indikator terkait secara logis dan langsung dengan tugas organisasi, serta realisasi tujuan dan sasaran strategis organisasi</p>	<p><u>S-M-A-R-T:</u></p> <p><i>Spesific:</i> sifat dan tingkat kinerja dapat di identifikasi dengan jelas</p>
2	<p><i>Well-defined:</i> definisi indikator jelas dan tidak bermakna ganda sehingga mudah untuk dimengerti dan digunakan</p>	<p><i>Measurable:</i> target kinerja dinyatakan dengan jelas dan terukur baik bagi indikator yang dinyatakan dalam bentuk kuantitas, kualitas dan biaya</p>
3	<p><i>Measurable:</i> indikator yang digunakan terukur dengan skala penilaian tertentu yang disepakati, dimana dapat</p>	<p><i>Achievable:</i> target kinerja dapat dicapai terkait dengan kapasitas dan sumber daya yang ada</p>

	berupa pengukuran secara kuantitas, kualitas dan biaya	
4	<i>Appropriate:</i> pemilihan indikator yang sesuai dengan upaya peningkatan pelayanan/kinerja	<i>Relevant:</i> mencerminkan keterkaitan (relevansi) antara target dalam <i>output</i> dalam rangka mencapai target <i>outcome</i> yang ditetapkan; serta antara target dalam <i>outcome</i> dalam rangka mencapai target <i>impact</i> yang ditetapkan
5	<i>Reliable:</i> indikator yang digunakan akurat dan dapat mengikuti perubahan tingkatan kinerja	<i>Time bond:</i> batas waktu/periode pencapaian kinerja ditetapkan
6	<i>Verifiable:</i> memungkinkan dilakukan validasi dalam sistem yang digunakan untuk menghasilkan indikator	-
7	<i>Cost-effective:</i> biaya yang dikeluarkan untuk pengumpulan data sebanding dengan kegunaannya	-

Oleh karena itu catatan penting terkait dengan hak ini adalah bahwa indikator kinerja BPKN perlu dirumuskan lebih jelas dan sesuai sehingga memenuhi kriteria indikator kinerja yang baik yaitu *relevant, well-defined, measurable appropriate, reliable, verifiable* dan *cost-effective*.⁵⁰

2. Rekomendasi BPKN dalam Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen di Indonesia

Dari pembahasan sebelumnya terlihat bahwa tugas dan fungsi BPKN sangatlah terbatas sebagai pemberi saran dan pertimbangan. Fungsi dan tugasnya juga duplikasi dengan Ditjend Standarisasi dan Perlindungan Konsumen dan Direktorat Pemberdayaan Konsumen. Dari arah kebijakan pembangunan selama 5 tahun kedepan juga tidak terlihat keberpihakan terhadap pengembangan BPKN, seakan pembentukan BPKN hanya menggugurkan kewajiban amanat UUPK.

Dari yang kita lihat bahwa di Indonesia banyak sekali lembaga atau unit yang terkait dengan upaya perlindungan konsumen, banyaknya lembaga ini disatu sisi merupakan kekuatan dalam perlindungan konsumen, namun disisi lain berpotensi menimbulkan disharmoni karena adanya perbedaan kepentingan masing-masing lembaga tersebut, oleh karena itu diperlukan sebuah lembaga yang melakukan koordinasi.

⁵⁰ Ibid.

Dari kajian ini menguatkan pendapat yang selama ini muncul dalam pembahasan amandemen UUPK, yaitu 3 alternatif bentuk pengembangan kelembagaan perlindungan konsumen yang mungkin untuk dikembangkan yaitu:

1. Badan Koordinasi Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional, diperluas kewenangannya berupa koordinasi kepada seluruh lembaga atau unit kementerian yang memiliki tugas fungsi perlindungan konsumen. Badan ini memiliki fungsi perumusan kebijakan, pelaksanaan kebijakan, dan melakukan koordinasi terhadap segala terkait dengan perlindungan konsumen barang dan jasa di Indonesia.

2. Badan Perlindungan Konsumen Nasional – Bukan LNS

Nama lembaga masih tetap Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) namun badan disini diberikan arti yang sesungguhnya bukan quasi badan, dan bukan kategori LNS tetapi badan yang sama kedudukannya dengan badan lainnya seperti Badan Pertanahan Nasional (BPN) atau Badan Penanggulangan Bencana (BNPB) yang diberikan kewenangan eksekusi, dipimpin oleh seorang kepala badan setingkat dengan Menteri Negara. Dengan adanya badan ini tugas fungsi BPKN sekarang di merger

dengan Ditjend Standarisasi dan Perlindungan Konsumen dan berdiri sendiri bukan berada dibawah Kementerian Perdagangan.

3. Badan Perlindungan Konsumen Nasional – Lembaga Non Struktural (dengan peningkatan dan penguatan peran)

Bentuk Kelembagaan BPKN seperti yang sekarang ini ada, namun kelemahan terkait dengan rumusan tugas fungsinya serta kinerja dan dukungan sumber daya diperbaiki untuk menjamin peran BPKN yang optimal.⁵¹

3. Tugas BPKN dalam Melindungi Konsumen Transaksi Jual-Beli Online

Dalam memahami tugas BPKN melindungi konsumen yang melakukan transaksi jual beli online atau *e-commerce* yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi dapat terlihat dari penerimaan pengaduan yang dilakukan oleh BPKN dari pelaku usaha maupun dari konsumen. BPKN menerima pengaduan dari pelaku usaha dan konsumen dalam melaksanakan tugasnya untuk memberikan pertimbangan serta rekomendasi kepada pemerintah dalam usahanya untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dalam semua sektor industri dan perdagangan (termasuk dalam transaksi jual beli online), hal itu merupakan salah satu bentuk dari perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan informasi, selain itu BPKN juga mengeluarkan rekomendasi untuk melakukan edukasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen

⁵¹ Ibid.

termasuk tentang transaksi jual beli online, dimana BPKN lebih menyarankan untuk membeli barang dari situs resmi dan mereka tidak menyarankan untuk membeli barang di media sosial seperti instagram karena tidak terjamin keamanannya. Dalam transaksi online di media sosial seperti facebook, instagram maupun twitter keamanan tidak terjamin dikarenakan media sosial bukanlah tempat untuk bertransaksi melainkan media sosial adalah ruang publik yang dipergunakan hanya semata-mata untuk bersosialisasi di dunia maya, meskipun dipakai untuk perdagangan hanya dipergunakan untuk mengiklankan produk dari suatu brand atau dari suatu barang yang akan diperjual belikan. Hal tersebut di ungkapkan dalam wawancara dengan salah satu anggota di komisi tiga BPKN (Komisi Bidang Pengaduan) Bapak Ari Gusti pada tanggal 7 Mei 2018.

Mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum juga merupakan tujuan dari usaha perlindungan konsumen. Dalam usahanya mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum BPKN juga bekerja sama dengan badan atau lembaga yang berkaitan secara langsung dengan perlindungan konsumen maupun yang tidak secara langsung berkaitan dengan perlindungan konsumen. Dalam mewujudkan hal ini BPKN bekerja sama dengan BPSK dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat seperti YLKI.

Dari hasil wawancara dengan responden lainnya yang juga bekerja di BPKN di bagian Komisi dua (Komisi Edukasi dan Informasi) bapak Husein Indra Jaya pada tanggal 7 Mei 2018 beliau mengatakan pihak dari BPKN telah berusaha melindungi konsumen transaksi jual beli online dengan mengeluarkan beberapa rekomendasi yang berikutnya akan disampaikan kepada pemerintah. Selain itu juga BPKN selalu mengkaji peraturan yang mungkin tumpah tindih dengan permasalahan perlindungan konsumen, melakukan sosialisasi tentang berbelanja yang aman di internet. Dalam transaksi di internet sebenarnya bukan hanya BPKN yang memiliki tanggung jawab penuh dalam melindungi konsumen akan tetapi BPKN juga bekerja sama dengan lembaga lain dalam melindungi transaksi *e-commerce*.

Dalam hal kewenangan BPKN terkait dengan perlindungan konsumen transaksi jual beli online tidak memiliki kewenangan lebih untuk melindungi konsumen, kewenangan BPKN pun sdh diatur dalam UUPK. BPKN tidak diberi kewenangan lebih karena badan ini merupakan badan advisor, kecuali apabila ada amandemen atau revisi dalam UUPK yang berkaitan dengan tugas dan kewenangan BPKN, jika hal itu terjadi maka ada kemungkinan BPKN akan memiliki kewenangan yang lebih. Dalam transaksi jual beli online di media sosial menurut wawancara penulis dengan responden pada tanggal 7 Mei 2018, pihak BPKN serta jajaran

kementerian terkait akan segera memulai menyusun undang-undang atau peraturan perundang-undangan yang mengawasi kegiatan transaksi jual beli online di media sosial. Peraturan itu nantinya akan memiliki hubungan secara tidak langsung dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE. Undang-undang itu sebenarnya lebih mengatur tentang sistem di dalam internet, tidak secara langsung mengatur mengenai perlindungan konsumen yang melakukan transaksi jual beli online. Dari analisa penulis dapat diambil kesimpulan bahwa BPKN selaku badan nasional yang memiliki tugas melindungi konsumen belum hadir secara nyata dalam melindungi konsumen *e-commerce*, hal ini dikarenakan penulis melihat dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. UUPK ini dengan tegas menekankan agar dilakukan segala upaya untuk menjamin kepastian hukum. Artinya, Negara dan badan yang bertugas dalam melindungi konsumen harus bekerja keras (segala upaya) guna melakukan perlindungan konsumen, khususnya dalam perlindungan konsumen *e-commerce*. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa BPKN telah melakukan edukasi dan mengeluarkan rekomendasi kepada pemerintah dalam pengembangan perlindungan konsumen transaksi jual beli online akan tetapi usaha tersebut

dirasa kurang cukup untuk melindungi perlindungan konsumen *e-commerce*, yang ada malah membuat masyarakat bingung dan kecewa dengan kebijakan tersebut. Penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa yang pernah atau sering membeli barang di internet.

Penulis melakukan wawancara kepada salah satu mahasiswa yang kuliah di Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta bernama Roy Sirait, beliau berbagi pengalaman dari teman satu daerahnya yang pernah membeli barang di internet dan temannya tersebut mengalami kerugian dari pembelian dan transaksi online tersebut, temannya ingin beli baju di internet dengan bahan kain katun yang bagus buat baju atau kaos oblong, tetapi pada saat barang diterima barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya, yaitu bahannya berbeda dengan bahan pakaian yang telah disebutkan sebelumnya, selain itu teman roy ini tidak tahu mau melaporkan kasus ini kepada siapa dan menurut wawancara dengan beliau ia merasa bahwa pemerintah belum hadir dalam melindungi konsumen transaksi jual beli online. Selain dengan Roy penulis melakukan wawancara dengan mahasiswa yang juga kuliah di Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta yaitu Michael Zagarino, saudara Michael mengatakan ia membeli baju yang ada di instagram akan tetapi baju yang didapatkannya tidak sesuai dengan apa yang ada di gambar tersebut, ketidaksesuaian itu bukan hanya dari warna dan motif baju tersebut tapi juga dari bahan dan

ukuran baju tersebut tidak sesuai dengan apa yang tertera di postingan instagram tersebut, Michael juga mengatakan bahwa pemerintah masih belum sepenuhnya hadir dalam melindungi konsumen *e-commerce*. Penulis melakukan wawancara dengan Febri Ramadhani yang juga kuliah di Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Febri mengatakan bahwa ia pernah membeli perlengkapan kamera di internet dan barang tersebut sesuai dengan apa yang dijanjikan akan tetapi pengiriman barang tersebut sangat lama, barang itu dijanjikan akan sampai di Yogyakarta dalam waktu 5 hari tapi barang tersebut 2 minggu baru sampai di Yogyakarta, padahal Febri sudah membayar paket pengiriman kilat yang biayanya lebih mahal dari pada pengiriman biasa. Hal ini bisa membuat orang lain melihat bahwa ada kemungkinan pelaku usaha tersebut juga mengambil untung dalam biaya pengiriman. Dari analisa penulis dalam hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa menyatakan bahwa pemerintah belum hadir secara langsung dalam melindungi konsumen *e-commerce* dan peran BPKN belum nampak secara nyata dalam melindungi konsumen *e-commerce*, selain itu belum terlaksananya Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dibagian H yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.