

Jurnal Skripsi

Kesadaran Hukum Konsumen Dalam Memperjuangkan Hak-Haknya Atas
Kerugian Yang Dialami Dalam Melakukan Transaksi Elektronik



Diajukan Oleh:

ANTONIUS DWICKY CAHYADI

NPM : 0905 10085

Program Studi : Ilmu Hukum

Program Kekhususan : Hukum Ekonomi dan Bisnis

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

FAKULTAS HUKUM

2014

Halaman Pengesahan Jurnal Skripsi

Kesadaran Hukum Konsumen Dalam Memperjuangkan Hak-Haknya Atas
Kerugian Yang Dialami Dalam Melakukan Transaksi Elektronik



Diajukan Oleh:

ANTONIUS DWICKY CAHYADI

NPM : 0905 10085
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan : Hukum Ekonomi dan Bisnis

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 20 Oktober 2014

Dosen Pembimbing I,

J. Widijantoro, SH., MH

Dosen Pembimbing II,

FX. Suhardana, SH., MH

Mengesahkan

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dr. G. Sri Nurhartanto, SH., LL.M.



KESADARAN HUKUM KONSUMEN DALAM MEMPERJUANGKAN HAK-HAKNYA ATAS KERUGIAN YANG DIALAMI DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

ANTONIUS DWICKY CAHYADI

J. WIDIJANTORO

FX. SUHARDANA

Program studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Abstract. Along with the development of technology, buying and selling activities were not only conducted through face-to-face way. By using internet facilities, consumers could also buy things or service through electronic transaction or e-commerce. The consequences faced by the consumers were higher. If the consumers damaged due to e-commerce, they usually got difficulties in asking responsibility from the seller. Moreover, there were some consumers choose to surrender towards the damage due to the e-commerce.

This research aimed to know the extent of consumer's legal awareness in defending their rights towards the damage during the e-commerce. In conducting this research, the writer used empirical method which reviewed and analyzed the primary data which were gathered from the field in relation with the damage which was got by the consumers during conducting e-commerce. The data gathering technique which the writer used is distributing questionnaires to the citizen in Sleman Regency in order to know the consumer's legal awareness in Sleman Regency Area addressing the damage in selling and buying through e-commerce.

The research result showed that there was pessimistic from the consumers to get the compensation from the seller; due to the losses which were not too big, they thought that the resolution of the disputes through legal way was too complicated; and the consumers did not know that their right was protected in Consumer Protection Law. Those were the factors which caused the consumers had low legal awareness in defending their rights towards the losses in electronic transaction.

Keywords: Legal Awareness, Consumer Protection, E-Commerce, Sleman Regency

PENDAHULUAN

Untuk memasarkan produknya, pelaku usaha pada umumnya membuat promosi tentang barang dan / atau jasa yang akan diperdagangkan ke masyarakat melalui sarana media komunikasi seperti televisi, surat kabar, radio, dan sebagainya. Informasi tentang barang dan / atau jasa yang diperdagangkan sebenarnya tidak saja untuk kepentingan konsumen, tetapi juga untuk kepentingan produsen sendiri, karena informasi tentang barang dan / jasa yang ditawarkan juga berfungsi sebagai tanda atau pembeda antara produk yang satu dengan produk yang lainnya. Artinya, produk yang diperdagangkan akan dicari konsumen karena pengetahuannya tentang produk tersebut diperoleh melalui berbagai sarana informasi. Pada akhirnya, dari sudut pandang pelaku usaha, informasi yang disampaikan bersifat promotif, atau menjadi bagian dari strategi promosi produk. Dalam praktek hubungan antara produsen dan konsumen, iklan merupakan salah satu instrumen promosi dan sumber informasi yang paling banyak digunakan oleh pelaku usaha.

Dewasa ini, iklan tidak lagi disampaikan melalui media cetak atau elektronik seperti surat kabar, televisi ataupun radio. Iklan juga dapat disampaikan melalui media internet, yaitu salah satunya melalui transaksi *e-commerce* dalam situs jual beli *on-line*, karena dengan adanya fasilitas internet, penyampaian iklan dapat dilakukan secara lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu, serta pelaku usaha dapat menyematkan berbagai macam iklan mengenai produk yang diperdagangkan di halaman-halaman media internet.

Tidak selamanya perkembangan teknologi memberikan dampak positif, karena di balik semua itu, penyampaian iklan melalui media internet juga memiliki dampak negatif terutama bagi konsumen yang ikut terlibat di dalamnya. Permasalahan hukum yang seringkali dihadapi adalah ketika terkait dengan penyampaian informasi, komunikasi dan/atau transaksi secara elektronik, khususnya dalam hal pembuktian dan hal yang terkait dengan perbuatan hukum yang dilakukan melalui sistem elektronik.

Mengenai keterkaitan antara iklan dan konsumen, di Indonesia telah diatur suatu peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang di dalamnya ada aturan mengenai hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen yang dirumuskan di dalam Pasal 4 UUPK merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisah-pisahkan. Artinya, dalam setiap transaksi atau penggunaan suatu produk barang dan jasa tertentu, pihak pelaku usaha harus menjamin semua hak tersebut terpenuhi. Dalam Pasal 17 UUPK juga diatur tentang larangan pelaku usaha memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha juga dilarang mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa; serta pelaku usaha dilarang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.

Di Indonesia juga telah diatur Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Di dalam Pasal 9 UU ITE ini disebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem

Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini informasi yang dibuat oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen harus benar-benar sesuai dengan barang / jasa yang ditawarkannya agar tidak memunculkan ekspektasi yang berbeda dari pihak konsumen.

Pada umumnya kerugian yang sering dialami oleh konsumen adalah tidak mendapatkan barang sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha sebelumnya, dan tidak sedikit konsumen memilih untuk pasrah dan tidak berusaha untuk memperjuangkan hak-haknya yang telah dirugikan oleh pihak pelaku usaha dalam transaksi elektronik. Oleh sebab itu penulis ingin meneliti lebih lanjut, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesadaran hukum konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya atas kerugian yang dialami dalam melakukan transaksi elektronik?

Rumusan Masalah:

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesadaran hukum konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya atas kerugian yang dialami dalam melakukan transaksi elektronik di Kabupaten Sleman?

ISI MAKALAH

A. Perlindungan Konsumen

1. Perlindungan Konsumen dalam Memperjuangkan Hak-Haknya Atas Kerugian yang Dialami

Menurut Pasal 1 Angka 1 UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Di dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini diatur beberapa hal mengenai hak-hak konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi 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 dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya.
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 diberlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Selain hak-hak konsumen tersebut, UUPK juga mengatur hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, yakni tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban pelaku usaha jika ditinjau dari 1 sisi dapat dilihat sebagai bagian dari hak konsumen. Kewajiban pelaku usaha antara lain:

1. Beritikad baik dalam melakukan segala usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. 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 diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam Pasal 17 UUPK juga diatur tentang larangan pelaku usaha memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha juga dilarang mengelabui jaminan/garansi terhadap barang

dan/atau jasa; serta pelaku usaha dilarang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.

2. Kesadaran Hukum Konsumen

Menurut Prof. Dr. RM. Sudikno Mertokusumo, SH. Kesadaran Hukum adalah kesadaran bahwa hukum itu melindungi kepentingan manusia dan oleh karena itu harus dilaksanakan serta pelanggarnya akan terkena sanksi. Pada hakekatnya kesadaran hukum adalah kesadaran akan adanya atau terjadinya “kebatilan” atau “onrecht”, tentang apa hukum itu atau apa seharusnya hukum itu. Kesadaran hukum adalah sumber segala hukum. Dengan perkataan lain kesadaran hukum itu ada pada setiap manusia, karena setiap manusia berkepentingan kalau hukum itu dilaksanakan, dihayati karena dengan demikian kepentingannya akan terlindungi.

Kesadaran hukum konsumen adalah kesadaran bahwa hukum itu melindungi kepentingan konsumen dan oleh karena itu harus dilaksanakan serta pelanggarnya akan terkena sanksi.

B. Transaksi Elektronik

1. Praktek Jual Beli melalui Internet

Electronic Commerce (E-Commerce) adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan.¹ Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pengiriman barang atau jasa dapat dilakukan di akhir atau *offline*. *E-Commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet di mana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet.²

¹ Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan, 2013, *E-Business & E-Commerce*, Andi, Yogyakarta, hlm. 7

² *Ibid*, hlm. 35

C. Kesadaran Hukum Konsumen dalam Memperjuangkan Hak-Haknya Atas Kerugian yang Dialami dalam Transaksi Elektronik

Dalam hal menanggapi kerugian yang diderita dalam proses jual beli *online* dari pihak konsumen kepada pihak pelaku usaha, dari 30 responden yang diteliti melalui kuesioner, sebanyak 19 responden mengajukan komplain terhadap pihak pelaku usaha atas kerugian yang dialami. Sedangkan 11 responden lainnya memutuskan untuk pasrah dan tidak melakukan komplain.

Usaha dari 19 responden untuk melakukan komplain kepada pihak pelaku usaha menunjukkan bahwa mereka memiliki kesadaran hukum yang baik, karena mereka menyadari bahwa mereka memiliki hak sebagai konsumen seperti tercantum dalam ketentuan Pasal 4 huruf (e) yaitu hak untuk mengadvokasi diri sendiri dan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian dalam hal kerugian yang dialami dalam proses jual beli *online*. Dari 19 responden yang melakukan komplain kepada pihak pelaku usaha, 7 responden di antaranya berhasil mendapatkan ganti rugi dalam bentuk uang / barang dari pihak pelaku usaha, sedangkan 12 responden yang lainnya tidak mendapatkan hasil apapun dari komplain yang diajukan kepada pihak pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pihak pelaku usaha melanggar hak konsumen sesuai Pasal 4 huruf (h) UUPK, yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian yang dialami. Dalam ketentuan UUPK Pasal 23 menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menolak dan/atau

tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, dapat digugat melalui badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Selain di antara 19 responden yang melakukan komplain, ada 11 responden yang memilih untuk pasrah menghadapi kerugian yang dialami dalam proses jual beli *online* ini. Dari 11 responden yang memilih untuk pasrah tidak melakukan komplain ternyata tidak memiliki kesadaran bahwa hak mereka sebagai konsumen dilindungi dalam UUPK.

Tidak hanya sebatas melakukan komplain kepada pihak pelaku usaha, karena menurut pasal 45 UUPK,

“Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana.”

Selain UUPK, UU ITE juga mengatur ketentuan tentang penyelesaian sengketa apabila konsumen dirugikan dalam proses jual beli *online*. Bahwa dalam Pasal 38 ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa:

“Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.”

Ternyata secara keseluruhan (100%) dari responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah melaporkan kepada pihak yang berwajib dalam hal menyikapi kerugian yang mereka derita dalam melakukan transaksi elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya

kesadaran hukum konsumen terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dari data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan, dengan petunjuk pengisian kuesioner responden boleh menjawab lebih dari 1 (satu) pilihan dan boleh menambahkan jawaban lainnya, didapat hasil bahwa ada beberapa alasan yang menjadi faktor konsumen tidak menggugat pihak pelaku usaha kepada lembaga yang bertugas untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (tabel):

Tabel I: Alasan konsumen tidak menggugat pelaku usaha

No.	Alasan konsumen yang mengalami kerugian dalam jual beli <i>online</i> tidak menggugat pihak pelaku usaha kepada pihak yang berwajib	Jumlah Responden
1.	Rasa pesimis untuk mendapatkan ganti rugi	5 responden
2.	Nilai kerugian yang diderita tidak terlalu besar	3 responden
3.	Konsumen tidak mengetahui bahwa hak-haknya dilindungi dalam UUPK	14 responden
4.	Penyelesaian sengketa melalui jalur hukum dinilai ribet (menyita waktu, buang-buang biaya)	24 responden

Sumber: Data Primer 2014

Dari data tersebut, rendahnya kesadaran hukum yang dimiliki oleh konsumen yang mengalami kerugian dalam melakukan transaksi elektronik ini didasari oleh 2 hal, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal diantaranya adalah:

1. Sebanyak 5 responden memiliki rasa pesimis untuk mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena transaksi elektronik dilakukan tanpa saling tatap muka, tanpa mengenal pihak pelaku usaha. Walaupun sudah mencoba melakukan komplain, namun bila pelaku usaha menggunakan identitas palsu, akan sulit dilacak keberadaannya.
2. Sebanyak 3 responden memiliki alasan bahwa nilai kerugian yang diderita tidak terlalu besar, sehingga merasa tidak perlu mencari ganti rugi atas kerugian yang diderita.
3. Sebanyak 14 responden tidak mengetahui bahwa ada undang-undang yang melindungi hak dan kepentingan konsumen, yaitu UUPK. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap hukum dapat disebabkan oleh dua hal, yaitu kurangnya sosialisasi / pembinaan hukum perlindungan konsumen kepada masyarakat, atau disebabkan oleh masyarakat yang mempunyai sikap tidak peduli dengan peraturan yang ada.

Untuk persoalan kurangnya sosialisasi / pembinaan hukum perlindungan konsumen ke masyarakat, hal ini sudah menjadi tugas pemerintah untuk melakukan

sosialisasi mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen ke tengah-tengah masyarakat. Bahwa menurut Pasal 29 UUPK, pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen dilaksanakan oleh menteri dan / atau menteri teknis terkait. Dalam hal melakukan pembinaan kepada masyarakat, menteri melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pembinaan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 29 UUPK ini bertujuan untuk: a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen; b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; c. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Faktor eksternalnya adalah:

4. Sebanyak 24 responden menyatakan bahwa penyelesaian sengketa melalui jalur hukum 'ribet'.

Sebagian besar masyarakat memandang bahwa penyelesaian sengketa melalui jalur hukum memakan waktu yang tidak sebentar, dan biaya yang dikeluarkan dalam proses persidangan juga menjadi pertimbangan masyarakat. Bisa jadi biaya yang dikeluarkan untuk menyelesaikan perkara penipuan melalui transaksi elektronik lebih besar daripada kerugian yang diderita oleh konsumen.

Hal yang perlu diingat adalah bahwa jual beli secara *online* pada prinsipnya adalah sama dengan jual beli secara faktual pada umumnya. Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* pun tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara *online* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat *cyber* dalam transaksi secara elektronik memungkinkan setiap orang baik pelaku usaha maupun konsumen menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli.

KESIMPULAN

Faktor-faktor yang menyebabkan konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi elektronik tidak berniat menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan kasusnya:

1. Rasa pesimis dari pihak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi dari pihak pelaku usaha. Adanya indikasi penipuan dengan pemalsuan identitas oleh pihak pelaku usaha menyebabkan konsumen memiliki rasa pesimis untuk melacak keberadaan pelaku usaha. Ditambah lagi, perjanjian yang mereka sepakati tanpa adanya proses tatap muka secara langsung sehingga konsumen benar-benar tidak mengenal pelaku usaha secara langsung dalam proses transaksi elektronik.
2. Nilai kerugian yang ditimbulkan tidak terlalu besar. Pada umumnya dalam transaksi elektronik, barang yang ditawarkan tidak memiliki harga yang terlalu tinggi. Biasanya barang yang ditawarkan adalah pakaian, telepon genggam, aksesoris, tiket transportasi dsb. Oleh karena kerugian yang didapat tidak terlalu tinggi, konsumen pada umumnya memasrahkan haknya tidak terpenuhi daripada menempuh jalur hukum yang bisa memakan waktu dan biaya yang lebih tinggi.
3. Kurangnya pengetahuan konsumen bahwa ada undang-undang yang melindungi hak dan kepentingan konsumen, yaitu UUPK.

Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap hukum dapat disebabkan oleh dua hal, yaitu kurangnya sosialisasi hukum perlindungan konsumen kepada masyarakat (pendidikan konsumen), atau disebabkan oleh masyarakat yang mempunyai sikap tidak peduli dengan peraturan yang ada.

4. Penyelesaian sengketa melalui jalur hukum 'ribet'. Sebagian besar masyarakat memandang bahwa penyelesaian sengketa melalui jalur hukum memakan waktu yang tidak sebentar, dan biaya yang dikeluarkan dalam proses persidangan juga menjadi pertimbangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan, 2013, *E-Business & E-Commerce*, Andi, Yogyakarta.

PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik