BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sosial, setiap manusia memerlukan untuk memenuhi segala kebutuhannya. Untuk memenuhi kebutuhan, satu sama lain melakukan jual beli. Pada umumnya, jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan nilai yang sangat besar dapat dilakukan dengan suatu perjanjian. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melakukan suatu hal.[1]

Dalam hal jual beli terdapat hak kewajiban dari masing-masing pihak, dimana kewajiban dari pihak pembeli adalah merupakan hak bagi penjual dan sebaliknya kewajiban dari pihak penjual merupakan hak bagi pihak pembeli.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli dengan konsumen. Pasal 24 menyatakan "Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila : (a) pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut; (b) pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.[2] Tanggung jawab pelaku usaha ini menurut Gunawan Wijaya selalu berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen, termasuk dalam

[1] Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1987, hlm.1
[2] Undang-Undang R.I Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

perjanjian jual beli didalam hukum perlindungan konsumen tanggung jawab pelaku usaha dikenal dengan istilah *product liability*.[3]

Perkembangannya akibat globalisasi perdagangan dunia dan kemajuan teknologi, memunculkan sistem jual beli melalui internet (*e-commerce*). *E-commerce* bukan hanya perdagangan yang dilakukan melalui media internet saja sebagaimana yang dipahami banyak orang selama ini, melainkan pula meliputi setiap aktifitas perdagangan yang dilakukan melalui atau menggunakan media elektronik lainnya. *E-commerce* pada prakteknya banyak diartikan dengan perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan internet.

E-commerce dapat dipahami sebagai kegiatan transaksi perdagangan baik barang dan jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan didalam kegiatan bertransaksi konsumen di internet. Keunggulan *e-commerce* terletak pada efisiensi dan kemudahannya, membahas tentang hukum *e-commerce* maka tidak akan lepas dari hukum internet (*cyber law*). Internet adalah dunia virtual/dunia maya yang memiliki komunitas yang sangat khas, yaitu tentang bagaimana aplikasi teknologi komputer yang berlangsung secara online pada saat si pengguna internet menekan atau telah terkoneksi dengan jaringan yang ada. Maka dalam konteks ini pula maka aspek hukum yang melekat dari mekanisme *e-commerce* adalah berinteraksi dengan aplikasi jaringan internet yang digunakan oleh pihak yang melakukan transaksi melalui sistem *e-commerce*.

Keuntungan melakukan transaksi jual beli melalui media elektronik ini adalah pembeli tidak perlu mengunjungi tempat penjualan baik itu toko, butik, mall, dan

[3] Gunawan Wijaya, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia pustaka Utama, Jakarta, 2000, hal. 59

lain sebagainya. Pembeli cukup mengunjungi ke *web* yang dituju dan memilih barang yang dikehendaki. Pemilihan barang bisa dilakukan dari rumah atau kantor sehingga pembelian bisa dilakukan berjam-jam tanpa harus keluar rumah. Selain itu, penjual dapat menekan ongkos pembukaan toko karena melalui belanja *online,* penjual cukup memasarkan produknya melalui internet.[4] Alasan inilah yang menyebabkan tranaksi jual beli melalui internet semakin diminati oleh masyarakat Indonesia.

Selain memiliki keuntungan, transaksi jual beli melalui media elektronik ini juga memiliki kelemahan salah satunya adalah kualitas barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda kualitasnya dengan yang tercantum di *website.*[5] Hal inilah yang menyebabkan sering dirugikannya para konsumen didalam transaksi jual beli melalui media elektronik, karena apa yang seharusnya menjadi hak mereka tidak dapat terpenuhi sebagaimana mestinya. Barang yang dibeli mudah rusak atau pecah karena media pengiriman. Selain itu rentan aksi penipuan dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirim sejumlah uang yang disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim. Pembayaran yang dilakukan melalui internet juga menyebabkan sering terjadinya aksi pembobolan terhadap rekening konsumen.[6]

Konsumen pada transaksi melalui sarana elektronik mempunya haik-hak yang wajib diperhatikan oleh pelaku usaha, sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak-hak yang

[4] Waran, Ediko, *Belanja Daring.* Perkembangan Teknologi Komunikasi Online Edisi Ke: 3050, Universitas Indonesia, Jakarta, 2009

[5] *Ibid.*

[6] *Ibid.*

dimiliki konsumen disebutkan dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 sebagai berikut:[7]

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 mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam "mengkonsumsi" produk (barang/jasa), konsumen selalu menginginkan adanya kepuasan terhadap produk yang dikonsumsinya. Sedangkan pelaku usaha cenderung menginginkan untuk memperoleh keuntungan ekonomis dari hubungan

[7] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

itu. Keinginan kedua belah pihak tersebut akan mudah untuk dicapai apabila keduanya melaksanakan kewajiban secara benar dan dengan dilandasi itikad baik.[8]

Kenyataan yang muncul adalah seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkan secara maksimal akibatnya konsumen dirugikan. Untuk itu telah banyak ketentuan yang dibuat baik sifatnya nasional maupun internasional yang dapat dipakai sebagai pedoman guna memberikan perlindungan bagi konsumen.[9]

Dalam Pasal 9 UU ITE 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.[10]

Berdasarkan perspektif perlindungan konsumen, tahap-tahap dalam transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, maka hak yang paling penting adalah hak atas informasi, yang diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK, dan juga diatur dalam Pasal 7 huruf b UUPK mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang yang hendak diperjualbelikan. [11] Hak atas informasi ini penting, karena informasi yang diperoleh menjadi dasar bagi konsumen untuk mengambil keputusan untuk

[8] Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2009, hlm.155

[9] *Ibid.*, hlm.156

[10] Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

[11] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

melanjutkan transaksi atau keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk barang dan jasa.

Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut konsumen dapat memilih produk yang diinginkan serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.

Dalam penjualan produk-produknya pelaku usaha yang menawarkan barang di sarana elektronik berusaha menggambarkan atau memberi informasi yang sedetail-detailnya mengenai produk-produknya agar dapat menjadi pertimbangan calon pembeli untuk membeli atau tidak.[12]

Sebagai contoh kasus yang penulis temukan adalah salah seorang mahasiswa pada sebuah Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Yogyakarta yang merupakan konsumen transaksi *online* dalam kasus ini yaitu Adi Waskita. Pada bulan Mei 2016, Adi berniat untuk membeli sepatu *sneakers* bermerk NIKE jenis Roshe One melalui media Instagram dan Adi menemukan sepatu yang dia cari pada salah satu akun instagram dengan id @Nikeshop552. Dalam akun Instagram itu menawarkan berbagai jenis, warna dan merk sepatu *branded* seperti Nike, Adidas, New Balance, dsb. Karena sudah merasa mendapatkan apa yang Adi cari dengan informasi yang telah disebutkan dalam foto tersebut bahwa sepatu Nike tersebut merupakan Original USA, maka dia menghubungi akun instagram milik si pelaku usaha itu melalui *Line*. Setelah bernegosiasi, terjadilah kesepakatan mengenai harga dan waktu pengiriman.

[12] http://www.asiamarketlink.com, *Perdagangan Melalui Internet,* di akses pada tanggal 22 Oktober 2016

Pada waktu itu Adi diminta untuk mentransfer uang pembelian yang sudah disepakati bersama tersebut. Setelah barang sampai ke tangan konsumen, terdapat perasaan senang karena barang yang dibeli telah sampai dengan aman ke tangan Adi sesuai dengan yang Adi inginkan. Akan tetapi, setelah diperiksa kembali, Adi merasa kecewa karena barang tersebut tidak seperti yang konsumen harapkan, karena barangnya ternyata bukan Original USA melainkan Original China. [13]

Berdasarkan kasus tersebut, pelaku usaha dalam jual beli *online* tersebut telah melanggar kewajibannya untuk menyampaikan informasi yang benar kepada konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha melanggar pasal 4 UUPK, yang menyebutkan bahwa hak konsumen adalah "*hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa*".

Berdasarkan kasus-kasus tersebut diatas, dapat dikatakan bahwa jual beli *online* merupakan suatu hal yang masih baru dan tentunya banyak menimbulkan berbagai masalah, khususnya dalam pemenuhan hak informasi oleh pelaku usaha yang harus dikaji. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Pemenuhan Hak Informasi Kepada Konsumen dalam Jual Beli Online.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah saya uraikan, maka rumusan masalah penulisan tugas akhir ini yaitu:

1. Bagaimana Perlindungan Hukum bagi konsumen atas pemenuhan hak informasi dalam perjanjian jual beli *online*?

[13] Wawancara dengan Adi Waskita, tanggal 27 Oktober 2016 di Fakultas Hukum UII

2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha apabila barang yang dijual tidak sesuai dengan informasi yang tertera pada sarana *online*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Namun, di samping tujuan di atas terdapat tujuan lainnya, yaitu:

1. Mengetahui dan menguraikan perlindungan hukum bagi konsumen atas pemenuhan hak informasi dalam perjanjian jual beli *online*
2. Mengetahui dan mengkaji tanggung jawab pelaku usaha apabila barang dijual tidak sesuai dengan informasi yang tertera disarana *online*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Memberikan penjelasan dan pengetahuan kepada masyarakat tentang bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas pemenuhan hak informasi dalam perjanjian jual beli *online*
2. Memberikan penjelasan dan pengetahuan kepada masyarakat tentang tanggung jawab pelaku usaha apabila barang yang dijual tidak sesuai dengan informasi yang tertera disarana *online*.

E. Tinjauan Pustaka

1. Tinjauan Tentang Transaksi Jual Beli Menurut KUHPerdata

Berdasarkan Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.[14]

Wujud dari hukum jual-beli adalah rangkaian hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari pihak-pihak, yang saling berjanji, yaitu penjual dan pembeli. Penyerahan yang dimaksud ialah bahwa penyerahan tersebut adalah penyerahan barang oleh penjual untuk menjadi kekuasaan dan kepemilikan dari pembeli. Dalam jual-beli, kewajiban penjual adalah untuk menyerahkan barang kepada pembeli. Dengan adanya perjanjian jual-beli maka hak milik dari benda yang di jual belum pindah hak miliknya kepada si pembeli. Pemindahan hak milik baru akan terjadi apabila barang yang dimaksud telah diberikan ke tangan pembeli. Maka selama penyerahan belum terjadi, maka hak-hak milik barang tersebut masih berada dalam kekuasaan pemilik/ penjual. Tujuan utama dari jual-beli ialah memindahkan hak milik atas suatu barang dari seseorang tertentu kepada orang lain.[15]

Menurut Salim H.S., S.H.,M.S., Perjanjian jual beli adalah Suatu Perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pihak pembeli.[16] Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga

[14] Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
[15] Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hlm.1-2
[16] Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak,* Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hlm.49

dan berhak menerima objek tersebut.[17] Unsur yang terkandung dalam defenisi tersebut adalah :

1. Adanya subjek hukum, yaitu penjual dan pembeli
2. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga
3. Adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli

Unsur pokok dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga, dimana antara penjual dan pembeli harus ada kata sepakat tentang harga dan benda yang menjadi objek jual beli. Suatu perjanjian jual beli yang sah lahir apabila kedua belah pihak telah setuju tentang harga dan barang. Sifat konsensual dari perjanjian jual beli tersebut ditegaskan dalam pasal 1458 yang berbunyi "jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang ini belum diserahkan maupun harganya belum dibayar".[18]

2. Tinjauan Tentang Transaksi Elektronik

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), ditentukan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya.[19]

Pada transaksi jual beli secara elektronik ini, para pihak yang terkait didalamnya, melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai ketentuan Pasal 1 angka 18 UU Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

[17] *Ibid.*
[18] Subekti, *Aneka Perjanjian,* Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hlm. 2.
[19] Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

(ITE), disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.[20]

3. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen

a. Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.[21] Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan, "Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen".[22]

b. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata consumer (Inggris-Amerika), atau consument/konsument (Belanda).[23] engertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu " atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang".[24]

Pengertian konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang- Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ditentukan bahwa : "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat,

[20] Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

[21] Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia,* Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 9

[22] Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 1.

[23] Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,* Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 23

[24] Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran),* Nusa Media, Bandung, 2008, hlm.7

baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".[25]

1) Hak Konsumen

Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika ditengarai adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

Di dalam Bab III Pasal 4 UUPK, hak konsumen adalah :[26]

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

[25] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
[26] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan 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 peraturan perundang-undangan lainnya .

2) Kewajiban Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen tidak hanya membahas berbagai macam hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, tetapi di dalam pembahasan selanjutnya akan dijelaskan mengenai kewajiban konsumen sebagaimana telah di atur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 5 sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.

Konsumen selain harus memperhatikan hak-hak yang dimiliki, mereka sudah tentu juga harus memperhatikan kewajiban apa saja yang harus mereka lakukan di dalam segala aktivitasnya dengan pelaku usaha.[27] Kewajiban yang dimiliki

[27] Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 21

oleh konsumen juga harus juga harus tetap diperhatikan, karena hal tersebut sangat bermanfaat bagi kepentingan mereka sendiri.[28]

c. Pelaku Usaha

Dalam Pasal 1 angka 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa "pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi".[29]

1) Hak Pelaku Usaha

Dalam perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha yang disebutkan dalam pasal 6 dan pasal 7 UUPK. Ketika kedua belah pihak melakukan suatu transaksi memungkinkan timbulnya persoalan dalam pengadaan barang. Munculnya pelanggaran dalam transaksi disebabkan karena konsumen dan pelaku usaha tidak mengetahui hak dan kewajibannya.

Seperti halnya konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban. Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UUPK adalah:[30]

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

[28] *Ibid.*
[29] *Ibid.*
[30] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2) Kewajiban Pelaku Usaha

Selain memiliki hak di dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagaimana telah dijelaskan di atas, pelaku usaha juga memiliki beberapa kewajiban yang harus dilaksanakan. Kewajiban yang dibebankan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumenterhadap pelaku usaha tersebut, merupakan sebuah bentuk tanggung jawab yang harus dilakukan di dalam menjalankan usahanya, ketika ada konsumen yang merasa di rugikan atas barang dan/ atau jasa yang diproduksinya.[31]

Kewajiban pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 7 UUPK adalah: [32]

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan 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;

[31] *Ibid.*, hlm. 61
[32] Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

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 yang 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 dterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

F. Metode Penelitian

Untuk memperoleh, mengumpulkan, serta menganalisa setiap data maupun informasi yang sifatnya ilmiah, diperlukan metode agar karya tulis ilmiah mempunyai susunan yang sistematis dan konsisten.

1. Jenis Penelitian

   Untuk memperoleh, mengumpulkan, serta menganalisa setiap data maupun informasi yang sifatnya ilmiah, diperlukan metode agar karya tulis ilmiah mempunyai susunan yang sistematis dan konsisten. Jenis metode penelitian ini adalah penelitian normatif dikarenakan permasalahan yang penulis temukan yaitu belum adanya ketidakpastian hukum bagaimana bentuk tanggungjawab yang dibebankan oleh pelaku usaha terhadap hak

informasi kepada konsumen dalam jual beli online. Penulis akan mengarahkan penelitian terhadap norma hukum berdasarkan hukum positif dan hukum tertulis.[33]

2. Pendekatan Penelitian:

Pada dasarnya, pendekatan penelitian ini dilakukan dengan:

a. Pendekatan Undang-Undang, yaitu pendekatan dengan menggunakan legislasi atau regulasi, [34] Dalam hal ini penulis akan melakukan penelusuran terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
b. Pendekatan Konsep, yaitu dengan mengkaji konsep konsep hukum dan pandangan ahli yang relevan dikarenakan belum atau tidak adanya aturan hukum untuk masalah yang dihadapi dengan membangun suatu konsep untuk dijadikan acuan dalam penelitian.[35] Sehingga dalam penelitian ini pendekatan dapat dilakukan dengan memfokuskan pada pemahaman terhadap konsep yang telah ada terhadap permasalahan yang menjadi fokus penelitian.
c. Pendekatan Sosiologis, yaitu dengan berinteraksi secara langsung dengan subjek dalam kasus yang menjadi objek penelitian.

[33] Sri Mamudji, et. al., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, Jakarta, Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005, hlm. 10.
[34] Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali, Jakarta, 1998, hlm 97
[35] *Ibid*, hlm 137

3. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian inilah adalah Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Pemenuhan Hak Informasi Konsumen dalam Jual Beli *Online*.

4. Subjek Penelitian

Dalam hal ini penulis akan melakukan wawancara dengan Adi Waskita selaku Konsumen untuk memperoleh informasi terkait kerugian yang diterima akibat informasi yang tidak sesuai yang diberikan oleh pelaku usaha.

5. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian yang digunakan oleh penulis adalah data sekunder dan data primer sebagai pelengkap data. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian yang dalam hal ini adalah Adi Waskita. Kemudian penulis akan melakukan penelitian dengan data sekunder yang meliputi bahan hukum yang digunakan adalah meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier, yaitu :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan yang mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis[36], meliputi:

1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

[36] *Ibid*, hlm.15

2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum sekunder adalah bahan hukum yang menggunakan peraturan yang digunakan sebagai penunjang dan memberikan penjelasan atas bahan hukum primer,[37] baik berupa teori teori sebagai prinsip dasar maupun penafsiran atau pendapat hukum. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Buku buku atau literatur yang berisi pendapat para ahli hukum terkait dengan fokus penelitian
2) Jurnal hukum yang terkait dengan fokus penelitian
3) Situs situs internet baik domestik maupun asing yang dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier dalam penelitian ini yaitu menggunakan bahan hukum penunjang yang dapat menunjang bahan hukum primer dan atau sekunder[38] yakni meliputi:

1) Kamus bahasa sebagai alat bantu alih bahasa, terutama dari literatur literatur asing yang menjadi bahan penelitian.

6. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan tata cara penelitian yang

[37] *Ibid*
[38] *Ibid,* hlm.16

menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu apa yang dinyatakan oleh sasaran penelitian yang bersangkutan secara tertulis atau lisan, dan perilaku nyata. Bahan penelitian yang sudah terkumpul akan dianalisis sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang akan dikomparasikan dengan kenyataan yang ada pada prakteknya.[39]

G. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, tujuan penulisan, tinjauan pustaka, metode penelitian yang digunakan, serta sistematika penulisan.

BAB II : Tanggungjawab dan Kewajiban Pelaku Usaha Terhadap Pemenuhan Hak Informasi Konsumen dalam Jual Beli Online

Bab ini terlebih dahulu akan membahas mengenai kewajiban pelaku usaha dan hak konsumen dalam jual beli online. Kemudian penulis akan menitikberatkan bagaimana bentuk tanggungjawab dan kewajiban yang dibebankan kepada pelaku usaha sehingga dapat mengetahui bagaimana penyelesaian pemenuhan hak informasi kepada konsumen dalam jual beli online.

BAB III : Upaya Hukum oleh Konsumen kepada Pelaku Usaha Apabila Hak Atas Informasi Konsumen tidak dipenuhi.

[39] Sri Mamudji, Loc.Cit.

Bab ini akan membahas bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen apabila pelaku usaha tidak meberikan tanggungjawab.

BAB IV : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan sebelumnya dan merupakan jawaban dari pokok permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya. Dalam bab ini juga berisi saran-saran yang penulis rasa dapat bermanfaat dalam kaitannya dengan tanggung jawab pelaku usaha terhadap pemenuhan hak informasi konsumen dalam jual beli online .