

# Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi Jual Beli Online Dalam Hal Terjadinya Kerugian

**Nike Fitriani. Fakultas Hukum, Universitas Pasundan.**  
[nike.fitriani772@gmail.com](mailto:nike.fitriani772@gmail.com)

*ABSTRACT: : Buying and selling activities have developed over time along with technological advances. Buying and selling transactions that were previously carried out conventionally have now switched to the Internet. However, in this online buying and selling transaction, crimes often occur, such as criminal acts of fraud. There are many cases where, after the consumer has made a payment, the business actor does not send the goods or the goods sent do not match the information provided by the business actor. Therefore, legal action is needed to provide a deterrent effect on online buying and selling fraudsters. The purpose of this research is to find out the legal protection of consumers in online buying and selling transactions and the legal remedies that can be taken by consumers if there is a loss in online buying and selling transactions. The research method that will be used is the normative juridical approach method and secondary data literature study by inventorying secondary legal materials. Secondary legal materials used are in the form of scientific papers, journals, articles, and literature related to legal protection in online buying and selling transactions. The results of this study are the legal protection of consumers in online buying and selling transactions by enforcing consumer rights in accordance with Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, and the implementation of consumer protection is also supported by involving several parties, such as the government, the national consumer protection agency, and the Non-Governmental Consumer Protection Agency. Legal efforts that can be taken in resolving default disputes under Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection are litigation and non-litigation.*

*KEYWORDS: Consumer, Legal Protection, Online Sale and Purchase transactions.*

**ABSTRAK:** Kegiatan transaksi jual beli telah berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan kemajuan teknologi. Transaksi jual beli yang tadinya dilakukan secara konvensional kini beralih ke online. Namun, dalam Transaksi jual beli online ini kerap kali terjadi kejahatan yaitu seperti tindak pidana penipuan, banyak kasus dimana saat pihak konsumen sudah melakukan pembayaran, pihak pelaku usaha tidak mengirimkan barangnya atau barang yang dikirim tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pihak pelaku usaha. Oleh karena itu dibutuhkan Tindakan hukum untuk memberikan efek jera terhadap para penipu jual beli online tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online serta untuk mengetahui upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi kerugian dalam transaksi jual beli secara online. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode pendekatan yuridis normatif dan studi kepustakaan data sekunder dengan

cara inventarisasi bahan-bahan hukum sekunder, bahan hukum sekunder yang digunakan adalah berupa karya ilmiah, jurnal, artikel-artikel, dan literatur yang berkaitan dengan perlindungan hukum dalam transaksi jual beli online. Hasil penelitian ini ialah perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi jual beli online dengan menegakkan hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak seperti pemerintah, badan perlindungan konsumen nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa wanprestasi dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yaitu litigasi dan non litigasi.

**KATA KUNCI:** Konsumen, Perlindungan Hukum, Transaksi Jual beli Online

## I. PENDAHULUAN

Transaksi jual beli secara online saat ini sedang diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Ada berbagai sosial media yang sering digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online contohnya yaitu seperti Instagram dan Twitter. Keuntungan dari adanya media sosial dalam kegiatan perdagangan yaitu pemilik akun yang berprofesi sebagai penjual dapat mengiklankan barang mereka dengan cara mengunggah foto atau video produk-produk yang dimilikinya beserta informasi mengenai kondisi produk yang ditawarkannya (Yuda Pratama, 2020).

Transaksi jual beli online ini juga diminati oleh para masyarakat karena lebih praktis dan lebih mudah untuk mencari barang yang di inginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, konsumen dapat mencari dan melihat produk-produk yang ditawarkan pelaku usaha selama 24 jam dimanapun dan kapanpun (Fitriah, 2020).

Namun dibalik keuntungan dan manfaat yang didapat dari transaksi jual beli online ini ada pula dampak negatif yang harus selalu diwaspadai terutama bagi para pembeli, mengingat dalam transaksi jual beli online antara penjual dan pembeli tidak saling bertatap muka. Hal ini membuat posisi pembeli sebagai konsumen menjadi lemah dan memberikan peluang besar bagi para penjual yang tidak baik untuk melakukan perbuatan curang yang dapat melanggar hak-hak konsumen dan menyebabkan kerugian terhadap pembeli. Resiko lain dari kegiatan jual beli tanpa bertatap muka secara langsung ini antara lain barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar dan deskripsi yang di tawarkan oleh penjual, barang diterima dalam keadaan rusak, barang datang tetapi melewati batas waktu yang diperkirakan, bahkan adapula barang yang tidak sampai ke tangan konsumen (Nazir Muhammad dkk., 2022).

Sebagai contoh kasus nyata yang pertama yaitu terjadinya penipuan yang dilakukan oleh salah satu pengguna sosial media twitter, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli beberapa merchandise kpop pada bulan Maret 2023 melalui platform tersebut. Lalu, pihak penjual membuat kesepakatan dengan pihak konsumen untuk membayar setengah harga terlebih dahulu, sebelumnya pihak konsumen meminta

bukti untuk memastikan bahwa barang tersebut memang benar ada sebelum mentransfer uang nya, bukti yang diberikan yaitu berupa foto barang tersebut dengan bertuliskan nama akun konsumen, karena bukti yang di kirimkan sudah cukup meyakinkan akhirnya konsumen mentransfer uang nya. Namun, setelah konsumen mentransfer uang nya pihak penjual langsung menghapus akun twitternya tersebut, karena hal ini konsumen mengalami kerugian sebesar Rp. 800.000 (Rynn [thinkofhee], 2023).

Contoh kasus yang kedua yaitu dilakukan oleh salah satu pengguna sosial media Instagram, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli beberapa buah baju disalah satu akun online shop pada bulan November 2021. Saat itu konsumen tidak sengaja melihat suatu iklan yang menjual baju berupa jaket dan sweater, sebelumnya konsumen sudah memastikan akun tersebut terpercaya karena memiliki banyak pengikut dan ia pun memutuskan untuk membeli beberapa buah baju dari online shop tersebut. Namun setelah beberapa hari menunggu, barang tersebut tak kunjung tiba. Sampai akhirnya konsumen menyadari bahwa ia baru saja tertipu oleh online shop tersebut, karena hal ini konsumen mengalami kerugian sebesar Rp. 2.500.000,00 (Pangesti, 2021).

Ketika pelaku usaha terbukti melakukan suatu perbuatan yang melanggar hak-hak konsumen dan menimbulkan kerugian, maka pelaku usaha tersebut dapat dinyatakan wanprestasi, karena perbuatannya melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Menurut Dr. Wirjono Prodjodikoro mengatakan bahwa wanprestasi adalah ketiadaan suatu prestasi didalam hukum perjanjian, berarti suatu hal yang harus dilaksanakan sebagai isi dari suatu perjanjian.

Pada dasarnya konsumen yang mengalami kerugian adalah karena tidak mendapatkan barang yang sesuai dengan deskripsi yang terdapat pada promosi pelaku usaha sebelumnya, sehingga banyak dari konsumen yang dirugikan memilih membiarkan kejadian tersebut dan tidak berusaha untuk mempertahankan hak mereka yang telah dirugikan oleh pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli online tersebut.

Berdasarkan uraian diatas penulis akan mengkaji lebih dalam berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online yang mengalami kerugian akibat jual beli barang online, dengan judul penelitian “Perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi jual beli online dalam hal terjadinya kerugian”..

## **II. METODE**

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Jenis penelitian adalah studi kepustakaan data sekunder dengan cara inventarisasi bahan-bahan hukum sekunder. Bahan hukum sekunder yang digunakan adalah berupa karya ilmiah, jurnal, artikel-artikel, dan literatur yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online yang mengalami kerugian. Pendekatan yang digunakan dalam memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan konseptual (conceptual approach) Bahan acuan utama dalam pendekatan perundang-undangan (statute approach) adalah bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti..

## **III. HASIL & PEMBAHASAN**

Dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Di dalam transaksi jual-beli barang dan jasa setidaknya terdapat dua pihak yang saling berhubungan, yaitu: pertama, pihak penyedia barang atau jasa, kedua, pihak pemakai/pengguna barang atau jasa itu. Dalam literatur ekonomi, kelompok pertama disebut sebagai penjual atau pelaku usaha, sedangkan kelompok kedua disebut sebagai konsumen. (Mahardika & Rudy, 2018). Adapun dalam transaksi jual beli online terdapat beberapa pihak yang terlibat, bukan hanya antara pelaku usaha dan konsumen

tetapi ada juga perusahaan penyedia jasa pengiriman atau kurir dan jasa pembayaran.

Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen terdapat 2 Pasal tentang hak konsumen yang sering dilanggar pelaku usaha dalam transaksi jual beli online yakni adalah : Pasal 4 huruf a. “hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa”, Pasal 4 huruf c. “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;”

Lebih tegas lagi dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen setidaknya terdapat 2 Pasal tentang Kewajiban Pelaku usaha jual beli online yakni : Pasal 7 huruf b. “memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”, Pasal 7 huruf f. “memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan”.

Jika konsumen mengalami kerugian dalam kegiatan jual beli online, maka akan timbul masalah. Bunyi Pasal 19 ayat 1 dan 2 UU Perlindungan Konsumen memperjelas bahwa “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan” lalu dalam ayat 2 menyatakan bahwa “Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”. Dalam UU ITE Pasal 45A ayat 1 yang mengatur tentang kerugian konsumen dalam transaksi jual beli online, pembeli atau konsumen yang mengalami kerugian akibat jual beli online diberikan perlindungan hukum. (Mahardika & Rudy, 2018).

#### A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi jual beli online

Perlindungan hukum bagi konsumen dapat ditempuh melalui dua jalur yaitu jalur litigasi dan jalur non litigasi. Jalur Litigasi atau melalui proses pengadilan adalah konsumen atau pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan ke pengadilan. Sedangkan jalur non litigasi adalah konsumen dapat menyelesaikan sengketa diluar pengadilan yaitu dengan proses mediasi, konsiliasi, negoisasi atau arbitrase (Hakiki dkk., 2017).

Pengertian hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah dalam mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa). Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen berbunyi :

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

Perlindungan hukum bagi konsumen dapat dilakukan sebelum dan/atau sesudah terjadinya transaksi, perlindungan hukum yang timbul dari hak dan kewajiban para pihak dalam melakukan transaksi, yang dimana dalam hal transaksi tersebut pihak konsumen seharusnya mengetahui

bagaimana hak-haknya sebagai konsumen. Dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah :

1. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Undang-Undang Perlindungan Kosumen pada dasarnya banyak mengatur mengenai pelaku usaha dan lebih mengutamakan perlindungan terhadap hak-hak konsumen sebagai hak-hak dasarnya untuk mencapai keadilan, yang diharapkan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, di lain pihak akan menumbuhkan pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Dalam rangka perlindungan terhadap konsumen, dapat dilihat pula bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selain memberikan sanksi administratif terhadap pelaku usaha bila melakukan perbuatan-perbuatan tertentu sebagaimana diatur dalam Undang-Undang, juga melakukan kriminalisasi terhadap beberapa perbuatan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut. Ketentuan pidana yang dapat diberikan adalah pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan juga denda sampai dengan jumlah maksimal sebesar Rp. 2.000.000.000,-(dua milyar rupiah) (Fitriah, 2020)

#### B. Upaya Hukum Yang Dapat dilakukan Oleh Konsumen Jika Terjadinya Kerugian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online

Kasus wanprestasi hingga saat ini sangat kerap menimpa pihak pembeli atau dalam hal ini merupakan konsumen, yang mana dapat dikatakan sebagai suatu bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sebagai contoh kasus yang nyata yang pertama yaitu, terjadinya penipuan yang dilakukan oleh salah satu pengguna sosial media twitter, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli beberapa merchandise kpop pada bulan Maret 2023 melalui platform tersebut. Lalu, pihak penjual membuat kesepakatan dengan pihak konsumen untuk membayar setengah harga terlebih dahulu, sebelumnya pihak konsumen meminta bukti untuk memastikan bahwa barang tersebut memang benar ada sebelum mentransfer uang nya, bukti yang diberikan yaitu berupa foto barang tersebut dengan bertuliskan nama akun konsumen, karena bukti yang di kirimkan sudah cukup meyakinkan akhirnya konsumen mentransfer uang nya. Namun, setelah konsumen mentransfer uang nya pihak penjual langsung menghapus akun twitternya tersebut, karena hal ini konsumen mengalami kerugian sebesar Rp. 800.000 (Rynn [thinkofhee], 2023).

Kedua, kasus wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pengguna sosial media Instagram, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli beberapa buah baju disalah satu akun online shop pada bulan November 2021. Saat itu konsumen tidak sengaja melihat suatu iklan yang menjual baju berupa jaket dan sweater, sebelumnya konsumen sudah memastikan akun tersebut terpercaya karena memiliki banyak pengikut dan ia pun memutuskan untuk membeli beberapa buah baju dari online shop tersebut. Namun setelah beberapa hari menunggu, barang tersebut tak kunjung tiba. Sampai akhirnya konsumen menyadari bahwa ia baru saja tertipu oleh online shop tersebut, karena hal ini konsumen mengalami kerugian sebesar Rp. 2.500.000,00 (Pangesti, 2021).

Berdasarkan kedua contoh kasus tersebut, pada umumnya konsumen menggunakan upaya hukum non litigasi untuk menyelesaikan permasalahannya. Bilamana didasarkan pada undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur khususnya dalam BAB VI mulai dari Pasal 19 sampai dengan pasal 28, memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal-hal tersebut sesungguhnya merupakan hal yang masih menjadi tanggungjawab pelaku usaha. Dimana tanggungjawab pelaku usaha meliputi : Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan, Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran, Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Adanya tanggungjawab pelaku usaha tersebut dapat menjadi dasar konsumen untuk mempertahankan hak-hak konsumen yang dilanggar ataupun terjadi wanprestasi dalam suatu perjanjian jual beli secara konvensional maupun secara online. Sehingga konsumen dapat melakukan upaya hukum, untuk mencegah sengketa tersebut terjadi dan untuk memberikan efek jera kepada penjual yang tidak beritikad baik. Namun, pada kedua contoh kasus tersebut pihak konsumen memilih untuk tidak melakukan upaya litigasi untuk memperoleh kembali kerugian yang dialaminya. Apabila terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli secara Online, maka dapat ditinjau dengan menggunakan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11

Tahun 2008 juncto UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Celina Tri Siwi Kristianti dalam (Kharisma Hidayah & Aryani Witasari, 2022) menjelaskan bahwa untuk penyelesaian melalui jalur non litigasi yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang dibentuk oleh pemerintah untuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/ atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak, akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. BPSK beranggotakan tiga unsur yang berasal dari perwakilan aparatur pemerintah, konsumen dan pelaku usaha atau produsen yang diangkat atau diberhentikan oleh Menteri Perdagangan. Dalam menangani dan mengatur penyelesaian sengketa konsumen, BPSK memiliki kewenangan untuk melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan dari para pihak yang bersengketa, melihat atau meminta tanda bayar, tagihan atau kuintansi, hasil test laboratorium atau bukti-bukti lain. Keputusan BPSK ini bersifat mengikat dan penyelesaian akhir bagi para pihak (Fauzi & Koto, 2022).

Melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja, contohnya : konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Kasus penyelesaian yang diselesaikan melalui non litigasi atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai contohnya yaitu kebanyakan transaksi-transaksi jual beli secara online. Hal ini dikarenakan BPSK merupakan alternatif bagi konsumen yang mengalami kerugian dengan nominal yang kecil dalam transaksi jual beli. Sebagai konsumen salah satu hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut.

Sehubungan dengan Tata cara penyelesaian sengketa BPSK diatur dalam UUPK jo Kepmenperindag No.350/MPP 12/2001 tentang

Pelaksanaan Tugas dan Wewenang. Proses penyelesaiannya pun diatur dengan sederhana dan sebisa mungkin menghindari suasana formal. Proses penyelesaian sengketa melalui BPSK melalui jalur non litigasi, didasarkan atas Kepmenperindag No.350/MPP/12/2001 memberikan kebebasan pada pelaku usaha ataupun konsumen untuk memilih cara penyelesaian sengketa yang bisa dipilih adalah konsiliasi, mediasi dan arbitrase.

Namun, jika yang dipilih para pihak adalah konsiliasi atau mediasi, maka ketua BPSK akan segera menunjuk majelis sesuai ketentuan untuk ditetapkan sebagai konsiliator atau mediator. Jika yang dipilih adalah arbitrase, maka prosedurnya adalah para pihak memilih arbiter ketiga dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah sebagai ketua majelis.

Selain konsiliasi, yang kedua yaitu melalui mediasi. Mediasi yakni proses negosiasi penyelesaian sengketa atau pemecahan masalah melalui proses perundingan untuk memperoleh kesepakatan para pihak dengan dibantu oleh mediator. Mediator tidak mempunyai wewenang untuk memutuskan sengketa, melainkan hanya membantu para pihak untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang diserahkan kepadanya. Jika para pihak yang bersengketa berhasil mencapai kesepakatan dan bersama-sama merumuskan penyelesaian sengketa dengan arahan konkret dari mediator, maka selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian, ditandatangani oleh para pihak dan diserahkan kepada majelis BPSK untuk dikukuhkan dalam keputusan majelis BPSK untuk menguatkan perjanjian tersebut. Putusan tersebut mengikat kedua belah pihak dan mediasi tidak memuat sanksi administratif (Kharisma Hidayah & Aryani Witasari, 2022).

Dalam Undang-Undang ITE yaitu Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-undang 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE) tidak secara langsung mengatur mengenai tindak pidana penipuan secara online. Dalam hal ini tidak ada pasal pasal penipuan didalamnya tetapi ada pengaturan yang melarang menyebarkan berita bohong yang dapat merugikan konsumen, yaitu pada pasal 45A ayat (1) UU ITE yang mengatakan bahwa :“ Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong

dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)” (Siregar Yusnita Erni & Sulaiman Muhammad, 2021)

#### **IV. KESIMPULAN**

Upaya Hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen apabila terjadi wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli Secara Online yaitu: Menggunakan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 11 Tahun 2008 juncto UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa wanprestasi menurut UU PK, yaitu menggunakan jalur litigasi dan non litigasi. Upaya perlindungan konsumen juga dilakukan dengan pemberian tanggung jawab terhadap pelaku usaha dalam diadakannya kegiatan transaksi. Pelaksanaan perlindungan konsumen juga didukung dengan melibatkan beberapa pihak, seperti pemerintah dan badan perlindungan konsumen nasional.

## DAFTAR REFERENSI

- Fauzi, A., & Koto, I. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG TELAH DILANGGAR HAKNYA MELALUI JALUR LITIGASI DAN NON-LITIGASI. *Jurnal Yuridis*, 9(1).
- Fitriah. (2020). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA SOSIAL. 18, 371–382. <https://jurnal.staibslg.ac.id/index.php/prosidingis>
- Hakiki, A. A., Wijayanti, A., & Sari, K. R. (2017). Perlindungan Hukum bagi Pembeli dalam Sengketa Jual Beli Online. *Justitia Jurnal Hukum*, 1(1).
- Kharisma Hidayah, & Aryani Witasari. (2022). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)*.
- Mahardika, S. P., & Rudy, G. D. (2018). TANGGUNG JAWAB PEMILIK TOKO ONLINE DALAM JUAL-BELI ONLINE (E-COMMERCE) DITINJAU BERDASARKAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 2. <http://surabaya.bisnis.com/read/2016101>
- Nazir Muhammad, Faris Ali Sidqi, & Wahyu Hidayat. (2022). ANALISIS KEKUATAN HUKUM TERHADAP PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI MEDIA ELEKTRONIK [Thesis (Diploma)]. Universitas Islam Kalimantan.
- Pangesti, R. (2021, November 10). Lagi Apes! Devano Danendra Tertipu Online Shop Jutaan Rupiah. [suara.com](https://suara.com).
- rynn [thinkofhee]. (2023, Maret 25). Scammer merchandise kpop. <https://twitter.com/thinkofhee/status/1639638591445016579?t=SkLYiYJrx9N-3-E9btZcXg&s=19>.
- Siregar Yusnita Erni, & Sulaiman Muhammad. (2021). PENGARUH KOMUNIKASI DAN KEBIJAKAN UU ITE TERHADAP

TINDAK PIDANA PENIPUAN JUAL BELI ONLINE DI INSTAGRAM. Eksekusi *journal of law*, 3.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (t.t.).

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. (t.t.).

Yuda Pratama. (2020). Tanggung jawab palaku usaha terhadap kerugian konsumen atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online dihubungkan dengan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen jo. undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik [Thesis]. Universitas Pasundan.