

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Upaya Perlindungan Konsumen *Online Shop* Produk *Fashion* (dalam Negeri) Melalui *Instagram***

##### 1. Upaya Perlindungan Konsumen dari Pemerintah Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Dalam Pasal 29 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa pemerintah adalah pihak yang paling berperan dan bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen, yang pelaksanaannya diserahkan kepada Menteri atau pemerintah yang terkait, dari hasil penelitian yang penulis lakukan dalam hal ini adalah pada Pemerintah Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (Disperindag) DIY yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara dengan bapak April selaku seksi pengawasan dan perdagangan menurutnya Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi DIY (Disperindag) bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha tanpa memihak. Dalam memberikan pembinaan kepada konsumen dan pelaku usaha, diharapkan agar konsumen lebih tahu tentang produk yang akan dibelinya,

lebih pintar untuk memilih dan teliti dengan iklan dan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha agar konsumen tidak mudah untuk dibohongi oleh pelaku usaha. Kemudian pelaku usaha dalam menjalankan usahanya mempunyai itikad yang baik dalam berusaha, memberikan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan kepada konsumen.

Selain melakukan tugas pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen peran pemerintah Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi DIY juga berkerjasama dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).<sup>1</sup> BPSK dibentuk oleh pemerintah untuk menyelesaikan sengketa yang dialami oleh konsumen dan pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen telah mengatur tentang hak konsumen untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen dan hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen, hak tersebutlah yang mendorong terbentuknya BPSK. Dengan adanya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, yaitu antara lain :

- a. masyarakat sebagai konsumen akan mendapat perlindungan hukum atas hak-haknya untuk menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha.
- b. Dengan pengawasan pencantuman klausula baku maka pelaku usaha tidak dapat melakukan usahanya tanpa memperhatikan hak konsumen untuk

---

<sup>1</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak April Selaku Seksi Pengawasan dan Perdagangan, Daerah Istimewa Yogyakarta, Tanggal 8 Maret 2017 di Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi DIY.

mendapatkan informasi yang jelas tentang barang dan/atau jasa yang ditawarkan

- c. Dengan berkonsultasi kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen masyarakat akan menjadi konsumen yang cerdas.

Menurut wawancara penulis dengan bapak April selaku seksi pengawasan dan perdagangan menurutnya masyarakat sebagai konsumen *online shop* kurang atau bahkan belum mengetahui tentang hak dan kewajiban masyarakat sebagai konsumen, walaupun hal itu sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini BPSK mempunyai kewajiban memberikan pembinaan dan pengawasan kepada konsumen dan pelaku usaha, selain itu BPSK juga mempunyai kewajiban untuk memberikan sosialisasi dan konsultasi kepada konsumen dan pelaku usaha dalam rangka untuk meminimalisir permasalahan tentang perlindungan konsumen, dalam hal masyarakat masih belum mengetahui banyak dan mengerti mengenai penyelesaian masalah-masalah yang berkaitan dengan kerugian konsumen sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. bentuk konsultasi yang diberikan oleh BPSK sebagai berikut :

- a) Memberikan penjelasan kepada konsumen atau pelaku usaha tentang hak dan kewajibannya masing-masing
- b) Memberikan penjelasan tentang bagaimana menuntut ganti rugi atas kerugian yang di derita oleh konsumen dan juga pelaku usaha

- c) Memberikan penjelasan tentang bagaimana memperoleh pembelaan dalam hal penyelesaian sengketa konsumen
- d) Memberikan penjelasan tentang bagaimana bentuk dan tata cara penyelesaian konsumen

Dan dalam hal ini bahwa BPSK juga memberikan sosialisasi kepada konsumen dan pelaku usaha bahwa Perlindungan kepada konsumen tidak harus berpihak pada kepentingan konsumen dan merugikan kepentingan pelaku usaha, namun harus ada keseimbangan antara kedua pihak. Bagi pelaku usaha, mereka perlu menyadari bahwa kelangsungan akan usahanya sangat tergantung kepada konsumen maka mereka mempunyai kewajiban untuk memproduksi barang sebaik dan seaman mungkin dan berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. pemberian informasi yang benar tentang barang yang ditawarkan menjadi arti yang sangat penting untuk konsumen, hal ini berhubungan dengan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen saat menggunakan dan memanfaatkan barang atau produk tersebut, dalam sosialisasi ini juga BPSK memberikan pengertian bahwa sebenarnya peran yang kalah penting dalam upaya mewujudkan konsumen yang cerdas adalah konsumen itu sendiri, mereka mempunyai potensi dan kekuatan yang cukup untuk melindungi diri mereka sendiri atau kelompoknya bila terorganisir dengan baik.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak April Selaku Seksi Pengawasan dan Perdagangan, Daerah Istimewa Yogyakarta, Tanggal 21 Maret 2017 di Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi DIY.

BPSK harus bereperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen dan penyelesaian dari sengketa yang dialami oleh konsumen dan pelaku usaha. Maka dalam hal ini dalam upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut BPSK mempunyai tugas yakni :

- a) Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi dan memakai barang dan/ jasa, penyebaran informasi yang dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) meliputi menyebarkan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen
- b) Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan, baik secara lisan maupun tulisan agar konsumen bisa mendapatkan hak nya dan melaksanakan kewajibannya
- c) Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan dari konsumen. dalam hal ini BPSK melakukan advokasi atau mendampingan kepada konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri ataupun secara berkelompok
- d) Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Dalam hal sengketa konsumen menurut bapak April bahwa dalam lima tahun terakhir ada beberapa kasus tentang transaksi *online shop* yang ditangani oleh Badan Penyelesaian Sengketa (BPSK) DIY yang merugikan konsumen, ada beberapa kasus dimana konsumen sering mengalami kerugian baik secara materil maupun inmateril. Ada beberapa jenis pelanggaran yang sering dialami oleh konsumen salah satu nya adalah pelanggaran terhadap pencantuman klausula baku dalam iklan produk melalui internet yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen dan masalah produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan yang diterima oleh konsumen. walaupun sejauh ini menurut keterangan yang penulis dapat dari bapak April selaku seksi pengawasan dan perdagangan BPSK kasus tentang *online shop* bukan dari transaksi *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram*.

Namun jika ada konsumen atau semua pihak yang merasa haknya terlanggar atau terabaikan baik konsumen maupun pelaku usaha, bisa melaporkan hal seperti ini kepada Badan Penyelesaian Sengketa (BPSK) DIY atau BPSK setempat. Menurut bapak April lebih lanjut prosedur pengaduan konsumen kepada BPSK cukup mudah, pihak yang ingin melapor cukup membawa barang bukti pembelian atau pembayaran dan kartu indentitas. Formulir pengaduan disediakan di sekretariat BPSK. Pihak BPSK lalu akan melakukan pemanggilan kepada para pihak yang bersengketa guna dipertemukan, dari pertemuan tersebut pihak BPSK akan berusaha mendamaikan para pihak yang bersangkutan. Namun jika para pihak sudah tidak bisa untuk berdamai maka pihak yang bersangkutan dibebaskan untuk memilih cara penyelesaian sengketa

yang mereka inginkan, melalui langkah-langkah penyelesaian yang telah ditetapkan oleh BPSK yaitu :

- a) Melalui cara konsiliasi yaitu usaha perdamaian antara dua pihak. Metode konsiliasi ditempuh jika pihak konsumen dan pengusaha bersedia melakukan musyawarah untuk mencari titik temu dengan disaksikan majelis hakim BPSK. Dalam hal ini, majelis hakim BPSK bersikap pasif, majelis BPSK menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa kepada para pihak, baik mengenai bentuk maupun jumlah ganti kerugiannya
- b) Melalui cara mediasi yaitu negosiasi penyelesaian sengketa dengan cara musyawarah, penyelesaian sengketa melalui mediasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh mediator. Mediator menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa kepada para pihak, baik mengenai bentuk maupun besarnya ganti kerugian atau tindakan tertentu untuk menjamin tidak terulangnya kembali kerugian konsumen. Hasil musyawarah yang merupakan kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa, selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis, yang ditandatangani oleh para pihak yang bersengketa dan diserahkan kepada majelis BPSK untuk dikukuhkan dalam keputusan majelis BPSK untuk menguatkan perjanjian tersebut. Putusan tersebut mengikat kedua belah pihak.

Penyelesaian sengketa konsumen dilakukan dalam bentuk kesepakatan yang dibuat dalam perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh para pihak yang bersengketa, yang dikuatkan dalam bentuk keputusan BPSK. Putusan yang dikeluarkan BPSK dapat berupa perdamaian, gugatan ditolak, atau gugatan dikabulkan.

## 2. Upaya Perlindungan Konsumen dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta

Sama halnya dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), konsumen yang merasa dirugikan juga dapat meminta perlindungan akan hak-haknya melalui lembaga yang bertugas, salah satunya yaitu Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Namun YLKI adalah suatu organisasi yang berupa yayasan sedangkan BPSK adalah badan milik Negara yang diberi wewenang oleh pemerintah melalui Dinas Perindustrian, perdagangan dan Koperasi (DISPERINDAG), Adanya YLKI di Indonesia membawa dampak untuk menggugah semangat yang ada di setiap kota di Indonesia, salah satunya Yogyakarta, di Yogyakarta dibentuk satu lembaga konsumen dengan nama Yayasan Lembaga Konsumen (YLK). Yayasan Lembaga Konsumen Yogyakarta ini dibentuk agar konsumen mendapatkan dan meningkatkan kesadaran hak-haknya sebagai konsumen, konsumen dalam hal ini juga konsumen *online shop*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara dengan salah satu coordinator atau pengurus dari YLKI Yogyakarta yaitu bapak Dwi Priyono, pada tahun 2016 laporan konsumen tentang transaksi jual beli *online shop* semakin meningkat dan menduduki peringkat keempat. Permasalahan yang sering dialami oleh konsumen dan dilaporkan kepada pihak YLKI yogyajarta adalah tentang kendala menarik kembali biaya yang telah dibayarkan kepada pelaku usaha (*refund*). Banyak konsumen yang melaporkan kepada YLKI Yogyakarta bahwa barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan apa yang sampai di tangan konsumen, dan ketika konsumen ingin melakukan pengembalian atau *refund* konsumen mendapatkan kesulitan atau kendala. Dalam laporan konsumen biasanya pihak dari YLKI akan terlebih dahulu meminta tanggapan dan penjelasan mengenai kebenaran dan pengaduan konsumen tersebut. Di sini YLKI memberikan kesempatan untuk mendengarkan kedua belah pihak yaitu versi konsumen dan versi pelaku usaha.

Dalam kondisi ini YLKI mengambil inisiatif dan pro aktif untuk menjadi mediator. YLKI membuat surat undangan untuk mediasi kepada para pihak yang sedang bersengketa untuk mencari solusi terbaik. YLKI memberi kesempatan kepada kedua belah pihak untuk menjelaskan duduk perkara yang sebenarnya tanpa boleh dipotong oleh pihak lain sebelum pihak pertama selesai memberikan penjelasan. Setelah masing-masing menyampaikan masalahnya, maka YLKI memberikan waktu untuk klarifikasi dan koreksi tentang apa yang disampaikan oleh masing-masing pihak.

Setelah permasalahannya diketahui, maka masing-masing pihak berhak menyampaikan opsi atau tuntutan yang diinginkan, sekaligus melakukan negosiasi atas opsi atau tuntutan tersebut untuk mencapai kesepakatan. Dalam melakukan penyelesaian kasus secara mediasi, ada dua kemungkinan yang bisa terjadi yaitu :

- a) Terjadinya kesepakatan berarti selesai.
- b) Tidak terjadi kesepakatan atau tidak ada itikad baik dari pelaku usaha untuk bertanggungjawab, maka dalam hal ini pihak dari YLKI akan menyarankan kepada konsumen untuk melaporkan kepada pihak yang lebih berwajib yaitu polisi, dan pihak dari YLKI akan mendampingi konsumen tersebut.

Namun menurut penjelelasan dari bapak Dwi Priyono dari pengalaman yang selama ini ditemui bidang pengaduan, mayoritas kasus dapat diselesaikan dengan tercapainya kesepakatan damai.

Dari permasalahan diatas terlihat bahwa dalam hal ini masih banyak konsumen yang kurang memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang hak-hak mereka yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Maka dalam hal ini YLKI Yogyakarta selalu berusaha melaksanakan kegiatan yang sifatnya langsung terjun ke masyarakat. Berbagai kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran hak-hak konsumen, yaitu :

a. Penyuluhan konsumen

Penyuluhan konsumen bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan informasi kepada konsumen mengenai pentingnya melindungi hak-hak mereka dengan menjadi konsumen yang cerdas dan kritis. Dengan adanya penyuluhan ini, diharapkan konsumen tahu bahwa mereka mempunyai hak yang dilindungi dan menjadi konsumen yang cerdas dan kritis. Sehingga, mereka mampu melindungi dirinya sendiri, dan yang terpenting konsumen setelah mendapatkan pemahaman dari pihak YLKI Yogyakarta bisa membagikan pengalamannya kepada konsumen lainnya.

b. Memberikan pelayanan konsultasi

Dalam pelayanan konsultasi ini, YKLI Yogyakarta berusaha memberikan arahan terus kepada konsumen yang mengalami permasalahan, baik dalam hal ketidakpuasan terhadap produk, pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha, atau kerugian yang dialami konsumen yang bersangkutan.

c. Pembentukan Divisi CLC (*Consumers Learning Center*)

CLC dirancang sebagai pendidikan informal yang dapat diintegrasikan ke dalam pendidikan formal, baik di tingkat dasar menengah maupun pendidikan tinggi. Melalui metode partisipatif dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen pengguna, CLC siap melayani konsumen dari berbagai kalangan dan profesi, yaitu : 1) Anak Sekolah Dasar dan Menengah; 2) Guru Sekolah; 3) Mahasiswa/Perguruan Tinggi; 4) Asosiasi Pengusaha; 5) Kaum

Profesional; 6) Kalangan Masyarakat Sipil; 7) Aparatur Pemerintah; 8) Komunitas-Komunitas di dalam Masyarakat. Jenis-jenis pelayanan yang dilakukan CLC:

1) Pelatihan Konsumerisme Dasar

Pelatihan menjelaskan tentang pengertian, hak dan kewajiban konsumen, yaitu peserta mengetahui tentang pengertian konsumen dan karakternya sebagai konsumen. Metode pelatihan yang digunakan dalam pelatihan konsumerisme dasar ini adalah dengan cara *sharing* cerita dan pengalaman seputar perlindungan konsumen, bermain peran sebagai konsumen dan pelaku usaha, serta diskusi/debat tentang isu konsumerisme.

2) Pelatihan Penilaian Iklan di Media

Setiap hari iklan ditayangkan melalui media informasi, akan tetapi konsumen tidak tahu apakah semua iklan itu *valid* atau tidak. Masyarakat pada dasarnya memiliki hak yang sama untuk mendapatkan informasi yang benar, di sisi lain pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk menyajikan informasi sesuai dengan etika informasi yang benar. Kebanyakan masyarakat cenderung acuh saat menjadi korban penipuan iklan karena merasa belum mengalami kerugian yang besar, padahal fungsi laporan aduan seharusnya bukan persoalan secara personal konsumen, tetapi memiliki dampak kepada konsumen lainnya. Pelatihan ini bertujuan memberikan pengetahuan tentang pesan iklan, yaitu peserta

dapat mengetahui pesan iklan yang jujur, berlebihan, bertanggung jawab dan/atau mendidik.

Dalam pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.<sup>3</sup> Penyelesaian sengketa antara pelaku usaha *online shop* dengan konsumen umumnya dilakukan diluar pengadilan. Namun hal ini tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang

### 3. Upaya Perlindungan Keamanan dan Kenyamanan Privasi Informasi Konsumen dari Media *Instagram*

Kegiatan transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* disamping memberikan keuntungan dalam bertransaksi secara *online*, disisi lain juga mengandung beberapa resiko dan masalah, masalah keamanan informasi privasi merupakan salah satu aspek penting dari transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram*. sangat penting nya sebuah nilai informasi menyebabkan seringkali informasi yang diinginkan hanya boleh diakses oleh orang orang tertentu. Jatuh nya informasi privasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi yang bersangkutan. Saat jaminan keamanan sudah terjamin maka

---

<sup>3</sup> Eli Wurua Dewi, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 194

konsumen akan bersedia untuk membuka informasi pribadinya dan akan menggunakan media *instagram* dengan rasa aman dan nyaman.

Dalam hal ini *Instagram* memiliki sistem tentang kebijakan Privasi atas informasi untuk semua pengguna *instagram*, sistem ini diharapkan dapat meningkatkan keamanan layanan dan mencegah serangan pengguna media *instagram* lain nya yang tidak bertanggung jawab. sistem keamanan layanan *instagram* yaitu sebagai berikut :

- a) *Privacy* inti utama sistem *privacy* adalah usaha untuk menjaga informasi dari orang yang tidak berhak mengakses akun *instagram* yang bersangkutan. *Privacy* lebih kearah data-data yang sifatnya pribadi biasanya berhubungan dengan data yang diberikan ke pihak lain untuk keperluan tertentu sebagai bagian dari pendaftaran membuat akun *instagram* hanya diperbolehkan untuk keperluan tertentu.
- b) *Integrity* sistem ini menekankan bahwa informasi tidak boleh diubah tanpa seijin pemilik informasi. Adanya virus, trojan horse, atau pemakai lain yang mengubah informasi tanpa ijin merupakan contoh masalah yang harus dihadapi.
- c) *Authentication instagram* telah menambahkan satu lagi sistem keamanan layanannya yaitu sistem *Two factor Authentication*. Dengan adanya sistem ini memberikan kemungkinan untuk pengguna *instagram* agar bisa memastikan keamanan akun melalui nomor telepon yang mereka miliki, jadi pengguna *instagram* tidak hanya diminta untuk

memasukan *email* dan *password* ketika akan masuk ke media *instagram* namun ditambah pula dengan kode otentifikasi yang dikirimkan oleh *instagram* melalui nomor telepon pengguna . Metode untuk menyatakan bahwa informasi betul- betul asli, orang yang mengakses atau memberikan informasi adalah betul-betul orang yang dimaksud, atau server yang kita hubungi adalah betul-betul server yang asli.

d) *Availability* sistem *availability* atau ketersediaan berhubungan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan oleh *instagram*. Sistem informasi yang diserang atau dijebol dapat menghambat atau meniadakan akses ke informasi.

e) *Access control* pengaturan (user ID) Aspek ini berhubungan dengan cara pengaturan akses kepada informasi. Hal itu biasanya berhubungan dengan masalah *authentication* dan juga *privacy Acces control* seringkali dilakukan menggunakan kombinasi *user id* dan *password* atau dengan menggunakan mekanisme lainnya.<sup>4</sup>

#### 4. Mekanisme Penuntutan Hak Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi *Online Shop* Produk *Fashion* (dalam Negeri) melalui *Instagram*

Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/ atau mengenai

---

<sup>4</sup> <https://id.id.Facebook.Com/> /. Pusat Bantuan Instagram Pengaturan dan Informasi Privasi. (Diakses 20 Maret 2017 Pukul 11: 53)

tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Konsumen yang dimaksud dalam Undang-Undang ini juga termasuk konsumen *online shop* produk *fashion*. Namun para konsumen *online shop* ironisnya banyak mengalami hambatan dalam menuntut hak mereka bahkan kesulitan untuk melaporkan pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* yang merugikan konsumen akibat terbatasnya informasi yang diperoleh oleh konsumen mengenai pelaku usaha, karena dalam bisnis jual beli *online* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram* ini konsumen dan pelaku usaha melakukan transaksi yang bersifat *virtual* dan tidak melakukan tatap muka secara langsung.

Berikut penulis lampirkan bukti wawancara yang dilakukan melalui media *online* yaitu *whatsapp* dan *line*, konsumen merasa dirugikan karena ulah pelaku usaha yang tidak jujur dalam memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai barang yang dijual. Pelaku usaha yang bersangkutan memberikan barang yang cacat kepada konsumen tersebut, menurut keterangan yang penulis dapatkan dari konsumen, bahwa pada saat konsumen *online shop* melihat barang yaitu tas di akun *instagram* akun tersebut yaitu @2and\_jannahara pelaku usaha mencantumkan bahwa tas tersebut *No Deffect* atau (Tidak ada kecacatan), namun setelah barang yaitu berupa tas tersebut sampai kepada konsumen, barang dalam keadaan cacat dan tidak seperti apa yang di cantumkan dalam keterangan foto di akun *instagram* @2and\_jannahara. Lalu konsumen berusaha menghubungi pelaku usaha untuk

meminta pertanggungjawaban pelaku usaha *online shop* @2and\_jannahara, berupa pengembalian uang, namun konsumen tersebut tidak mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha *online shop* tersebut. Pelaku usaha *online shop* yang bersangkuan tentu saja melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen Pasal 8 ayat (2) yang berbunyi :

*“pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud”*

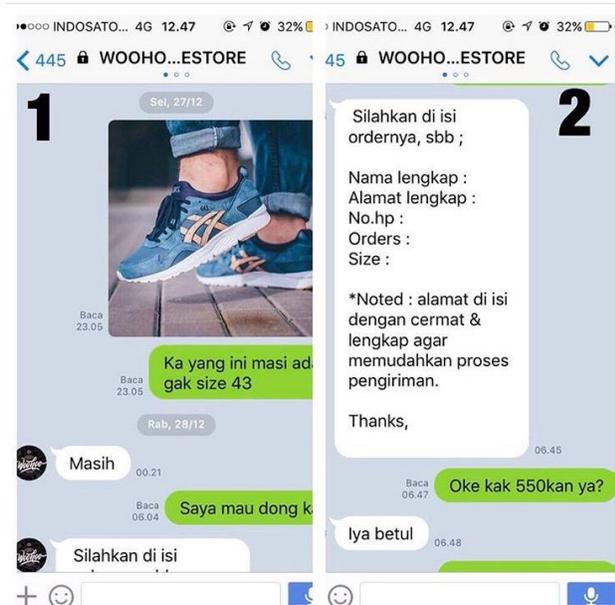
Pelaku usaha *online shop* tersebut juga tidak menjalankan kewajibannya sebagai pelaku usaha yang seharusnya dilakukan, yaitu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 Huruf f bahwa pelaku usaha wajib *“memberi kompensasi ganti rugi, dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan”*



**Gambar 1. Capturescreen wawancacara penulis melalui *whastaap* kepada konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* melalu *intagram***



**Gambar. 2 Capturescreen wawancacara penulis melalui *whastaap* kepada konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* melalu *intagram***



**Gambar 3. Capturescreen percakapan konsumen dengan pelaku usaha *online shop***

Dengan semakin banyaknya kasus penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram*, maka sebab itu perlu adanya satu lembaga yang menangani permasalahan mengenai perlindungan konsumen *online shop* agar upaya perlindungan konsumen juga dapat diterapkan dalam sistem jual beli *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat kemungkinan untuk menerapkan perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram* dengan adanya akun *virtual* sebagai mediator dalam upaya konsumen *online shop* menuntut haknya yang telah dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab. Kesulitan konsumen yang melakukan transaksi jual beli produk *fashion* melalui *instagram* untuk mendapatkan haknya atas perbuatan tidak

jujur dan pemberian informasi yang kurang jelas yang dilakukan pelaku usaha *online shop* produk *fashion* melatarbelakangi partisipasi akun *virtualInstagram*. Akun ini mempunyai peran yang penting dalam membantu konsumen *online shop* produk *fashion* yang melakukan transaksi jual beli melalui *intagram* yang dirugikan oleh pelaku usaha, akun ini menjadi mediator, dimana konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab kepada administrator atau yang lebih dikenal dengan admin akun tersebut.

Ada beberapa akun *virtualInstagram* yang bisa menjadi mediator. Namun penulis menemukan satu akun *virtualInstagram* yaitu *@blacklistseller* akun ini berperan aktif dalam menyelesaikan permasalahan antara konsumen *online shop* produk *fashion* dan pelaku usaha. Akun ini dikelola oleh satu administrator.

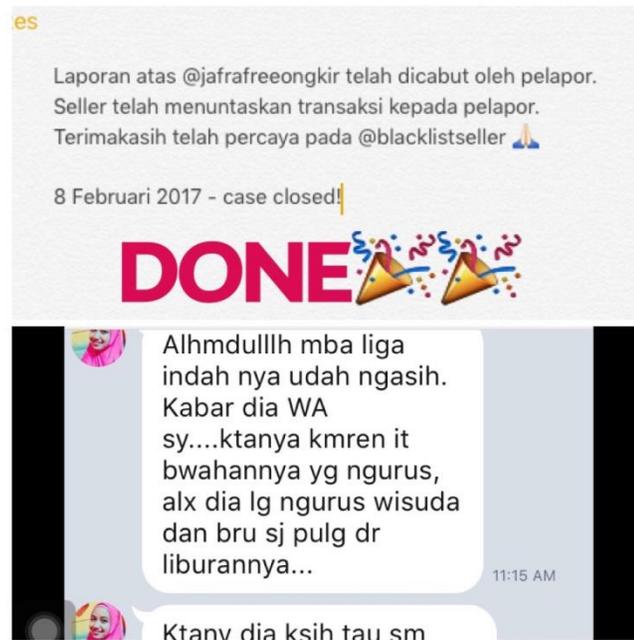
Akun *@blacklistsaller* ini menentukan format pelaporan permasalahan antara konsumen dan pelaku usaha *online shop* produk *fashion*, konsumen yang melapor melalui akun ini harus mengirimkan keluhan melalui media *chatting* yang berisi kronologis hal ini untuk memudahkan administrator dalam membagikan bukti obrolan dan bukti transaksi para pihak di media sosial atau *instagram*, karena jika tidak ada bukti yang konkrit maka akun *@blacklistsaller* tidak akan diproses. Bentuk bantuan lain yaitu pemilik akun *instagram @blacklistsaller* menghubungi pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan untuk menawarkan kesepakatan dalam rangka penyelesaian sengketa dengan konsumen atau pelaku usaha langsung menghubungi sendiri konsumen yang melaporkan kasus tadi ke akun

@blacklistsaller. Meskipun advokasi dilakukan melalui media *virtual* namun pemilik akun @blacklistsaller melakukan upaya penyelesaian sengketa agar hak konsumen dapat dipenuhi.

Meskipun bersifat *virtual*, namun kehadiran akun ini rupanya sangat bermanfaat dalam upaya perlindungan konsumen *online shop*. Terdapat beberapa kasus kerugian konsumen yang akhirnya dapat diselesaikan berkat bantuan akun ini di *instagram*, pelaku *online shop* yang tadinya tidak memiliki itikad baik dalam upaya ganti rugi kepada konsumen, pada akhirnya memenuhi kewajibannya kepada konsumen. Predikat *blacklistsaller* yang diberikan oleh akun ini mendorong pelaku *usaha online shop* yang merugikan konsumen menyadari pentingnya pemenuhan hak konsumen demi kelangsungan bisnisnya dikemudian hari. Sebab apabila predikat *blacklistsaller* ini tidak dicabut, maka pelaku usaha yang bersangkutan akan mengalami kesulitan untuk meneruskan usahanya.

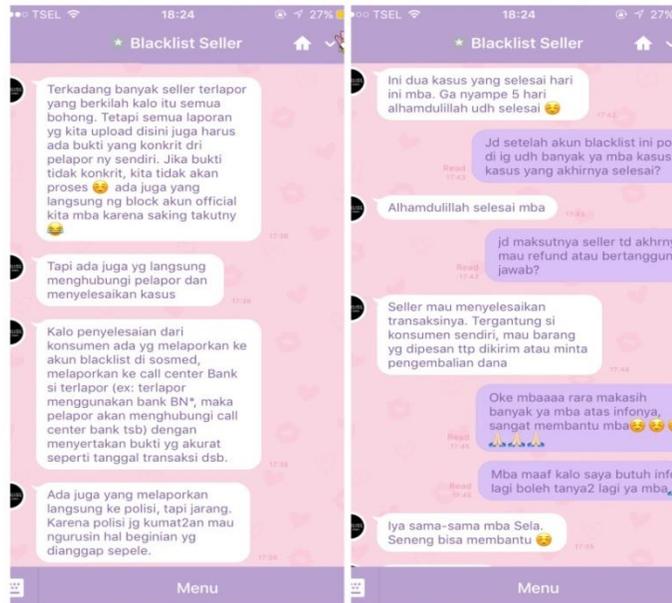


**Gambar 4. *Capturescreen* laporan konsumen yang akhirnya memperoleh ganti rugi dari pelaku usaha atas bantuan akun @blacklistsaller di *instagram***



**Gambar 5. *Capturescreen* laporan konsumen yang akhirnya memperoleh ganti rugi dari pelaku usaha atas bantuan akun @blacklistsaller di *instagram***

walaupun akun *virtual* ini belum terdaftar sebagai lembaga pemerintahan yang diakui, namun partisipasi dan peran aktif akun *intagram* @blacklistsaller dalam upaya perlindungan konsumen *online shop* sangat efektif dan dapat memberikan efek jera kepada pelaku usaha *online shop* yang seringkali melakukan perbuatan tidak bertanggungjawab dan merugikan konsumen *online shop*.



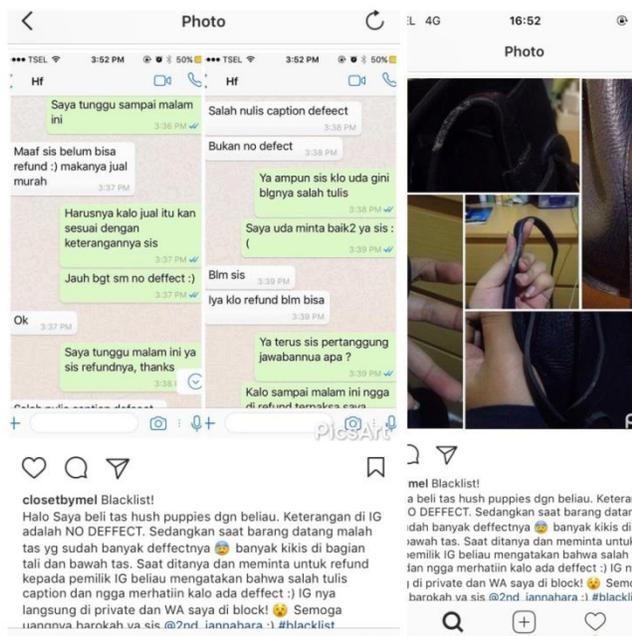
Gambar 7. Capturescreen wawancara penulis melalui line dengan admin @blacklistsaller

## B. Faktor Penghambat Upaya perlindungan Konsumen *Online Shop* Produk *Fahion* (dalam Negeri) Melalui *Instagram*

### 1. Pelaku Usaha *Online Shop* Produk *Fashion* Tidak Jujur dalam Menyampaikan Kondisi Barang yang Dijual Melalui Akun *Instagram* nya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Penulis baik kepada konsumen maupun pelaku usaha *online shop* produk *fashion*, penulis memperoleh data bahwa terdapat pelaku usaha *online shop* produk *fashion* yang melakukan penipuan kepada konsumen dengan mengirimkan barang yang memiliki cacat tersembunyi. Hal ini tentu saja merugikan konsumen, karena pihak penjual memberikan foto yang menunjukkan kondisi barang utuh dan tidak memiliki cacat.

Namun ternyata pada saat barang tersebut diterima oleh konsumen, barang tersebut memiliki cacat tersembunyi. Konsumen tentu saja merasa dirugikan akibat ulah pelaku usaha yang melakukan modus penipuan seperti itu. Berikut penulis sertakan bukti obrolan *virtual* konsumen dan pelaku usaha yang melakukan penipuan. Bukti obrolan ini berasal dari laporan pihak konsumen kepada salah satu akun mediator *virtual*.



**Gambar 8. Capture screen percakapan konsumen dan pelaku usaha online shop produk fashion yang memberikan informasi palsu melalui akun instagram.**

konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan baik terkait dengan warna produk, bentuk, ukuran, bahan, motif, kualitas dan juga kuantitas berhak untuk mengajukan ganti rugi berupa pengembalian

barang atau meminta pelaku usaha memberikan barang yang sama persis dengan foto yang diberikan oleh pelaku usaha.

Upaya ganti rugi yang dilakukan konsumen *online shop* produk *fashion* dalam transaksi jual beli melalui *instagram* yang menerima barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan antara lain dengan cara :

- a. Melakukan komplain langsung kepada pelaku usaha yang bersangkutan
- b. Mengembalikan barang yang diterima dan meminta pelaku usaha *online shop* mengirimkan barang yang sesuai dengan yang diperjanjikan.
- c. Meminta pengembalian uang secara penuh kepada pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan apabila barang yang diperjanjikan sebelumnya sudah tidak tersedia.

Konsumen *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* yang kerap menjadi korban kecurangan para pihak pelaku usaha *online shop* yang tidak jujur harus sepenuhnya menyadari haknya sebagai konsumen. Apabila konsumen tidak melakukan upaya komplain dan melakukan upaya pemenuhan haknya sebagai konsumen, maka akan terus bermunculan pelaku usaha *online shop* produk *fashion* melalui akun *instagram* nya yang berbuat curang dan merugikan hak konsumen. Sudah seharusnya bagi konsumen bersikap aktif dalam melakukan upaya pemenuhan akan hak-haknya sebagai konsumen *online shop*. Tindak kecurangan yang dilakukan pelaku usaha *online shop* produk *fashion* yang umumnya dilakukan dengan

memberikan barang yang tidak sesuai dengan foto yang diberikan kepada konsumen menimbulkan kerugian dan kekecewaan konsumen. Pelaku usaha yang demikian jelas mengabaikan hak konsumen dalam mendapatkan kesesuaian produk dan jaminan mutu kualitas barang. Konsumen yang merasa dirugikan umumnya melakukan pengaduan kepada pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan untuk mendapatkan ganti rugi terhadap barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan tadi. Pelaku usaha *online shop* dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen bukan hanya dalam penawaran dan transaksi jual beli, namun juga pada saat terjadinya peristiwa tuntutan ganti rugi dari pihak konsumen yang menerima barang tidak sesuai dengan yang ditawarkan pelaku usaha *online shop*. pelaku usaha *online shop* wajib memberikan kesempatan kepada konsumen dalam hal proses ganti rugi akibat ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen.

Lemahnya kesadaran pelaku usaha *online shop* dalam memberikan keterangan produk secara jelas dan lengkap agar konsumen dapat mengetahui dengan jelas produk yang akan dibeli. Pelaku usaha *online shop* belum menyadari akan hak-hak konsumen yang harus dipenuhi karena tujuan utama dalam transaksi *online shop* yang dijalankan adalah mendapatkan keuntungan besar dengan cara mengelabui konsumen melalui promosi yang memuat informasi palsu mengenai produk yang ditawarkan. Para pelaku usaha yang menerapkan kontrak baku atau mengirimkan barang pesanan yang tidak sesuai dengan foto yang di unggah di akun instagram pelaku usaha *online shop* produk *fashion* merupakan fakta yang dipahami sebagai

tindakan pelaku usaha online shop yang tidak mampu memberikan informasi yang jelas dan lengkap serta memenuhi hak konsumen.

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Lalu jika barang yang diterima oleh konsumen dengan apa yang diperjanjikan maka Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Menurut R. Subekti dalam bukunya tentang “Hukum Perjanjian”, wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- c. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.hukumonline.com>. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Belanja Online* ( Diakses 22 Februari 2017. Pukul 11 : 38 )

Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai tanggungjawab pelaku usaha dalam memasarkan produk kepada konsumen, pasal ini juga diberlakukan dalam hal pelaku usaha online shop produk fashion yang memasarkan produknya melalui instagram kepada konsumen, pasal tersebut berisi :

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. 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.
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.<sup>6</sup>

## 2. Klausula Baku yang Menghambat Konsumen untuk Menuntut Ganti Rugi Kepada Pelaku Usaha.

Konsumen produk *fashion* yang melakukan transaksi jual beli melalui *instagram* yang dirugikan oleh pelaku usaha *online shop* karena pelaku usaha *online shop* yang sering memberikan produk yang tidak sesuai, berada pada posisi lemah akibat adanya klausula baku yang diberlakukan oleh pelaku usaha. Dalam penjualan produk *fashion*, pelaku usaha *online shop* mencantumkan klausula baku bahwa pihak pelaku usaha tidak menerima *refund* (pengembalian uang kepada konsumen) ataupun *retur* (pengembalian barang dari konsumen) karena pelaku usaha telah memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan yang ada di dalam foto dan tidak terdapat cacat pada produk tersebut. Namun faktanya produk yang di terima oleh konsumen terkadang tidak sesuai dengan keterangan dan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion*, dan konsumen tidak dapat melakukan proses pengajuan ganti rugi kepada pelaku usaha karena adanya klausula baku yang sudah diterapkan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* tersebut.

---

<sup>6</sup> <http://www.kpi.go.id>. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ( Diakses 22 Februari 2017 Pukul 16 : 53 )



**Gambar. 9** *capturescreen* pelaku usaha *online shop* produk *fashion* mencantumkan klausula baku *No Refund* pada akun *instagram* nya

Klausula baku yang diterapkan oleh pelaku usaha *online shop* yang mencantumkan bahwa pihak pelaku usaha tidak menerima *refund* (pengembalian uang kepada konsumen) ataupun *retur* (pengembalian barang dari konsumen) tentu bertentangan dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa “*pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian*”

pelaku usaha *online shop* produk *fashion* yang akan menerapkan klausula baku hendaknya memperhatikan hak-hak konsumen yang harus dipenuhi. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak merasa dirugikan atas adanya klausula baku tersebut dan konsumen juga harus wajib bersikap teliti dalam melakukan transaksi dengan *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* agar tidak mengalami kerugian dikemudian hari.

### 3. Kurangnya Kesadaran Konsumen Mengenai Hak Konsumen yang Harus Memperoleh Barang Sesuai Dengan Kesepakatan

Konsumen *online shop* produk *fashion* yang melakukan transaksi jual beli melalui *instagram* kurang menyadari hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram*. oleh sebab itu banyak kerugian yang harus dialami oleh konsumen akibat ulah pelaku usaha *online shop* produk *fashion* yang memanfaatkan kondisi konsumen.

Saat konsumen mendapatkan barang yang tidak sesuai, konsumen berhak melakukan komplain kepada pelaku usaha *online shop*. Upaya yang dapat dilakukan konsumen dalam mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha *online shop* yaitu :

- a. Konsumen yang bersangkutan segera melaporkan keluhan mengenai ketidaksesuaian barang yang diterima dengan yang dipesan kepada pelaku usaha *online shop* dengan tujuan mendapatkan respon dari pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan

- b. Konsumen mengirimkan foto barang yang diterima secara jelas sehingga menjadi ketidaksesuaian produk yang diterima dengan yang dipesan atau diperjanjikan sebelumnya kepada pelaku usaha *online shop*
- c. Konsumen memastikan ketersediaan barang yang bisa menjadi pengganti kepada pelaku usaha *online shop*. Apabila pelaku usaha tidak mampu memberikan ganti rugi berupa barang yang sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen, konsumen dapat meminta pelaku usaha *online shop* untuk mengembalikan uang konsumen.
- d. Konsumen wajib berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli *online* produk *fashion* dengan *online shop* produk *fashion* yang mencantumkan *no cancel* dan *no refund* di akun *instagram online shop* tersebut. upaya ini dianggap tepat karena besarnya kemungkinan ketidaksesuaian produk yang dipesan dengan produk yang diterima oleh konsumen, sehingga konsumen membutuhkan ruang yang luas dalam upaya ganti rugi atas ketidaksesuaian produk tersebut.

Rendahnya kesadaran konsumen dapat dijadikan lahan bagi pelaku usaha dalam transaksi yang tidak mempunyai itikad baik dalam menjalankan usahanya, yaitu berperinsip mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan memanfaatkan seefisien mungkin sumber daya yang ada. Oleh sebab itu konsumen *online shop* harusnya menyadari bahwa mereka memiliki resiko yang lebih besar dari pada pelaku usaha, konsumen mempunyai hak penuh untuk mendapatkan ganti rugi apabila barang

yang diterima tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha melalui *instagram*. Konsumen harus lebih teliti dalam melakukan transaksi *online*, konsumen harus mengetahui secara lengkap informasi yang diberikan pelaku usaha mengenai produk yang ditawarkan.

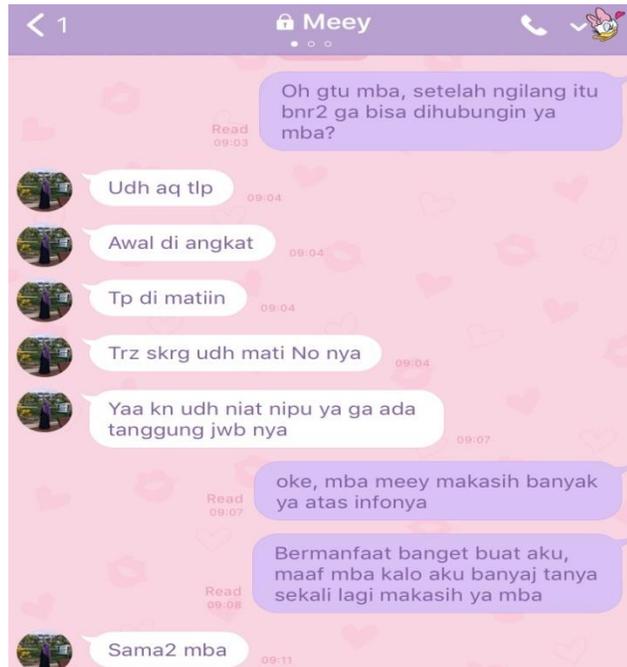
Transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram* harus menjamin hak konsumen dalam mengupayakan ganti rugi. Konsumen harus bersikap aktif dalam hal mengupayakan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Konsumen tidak perlu ragu untuk meminta ganti rugi kepada pelaku usaha *online shop* apabila mendapatkan ketidaksesuaian barang yang dipesan dengan barang yang diterima. Hal ini sebagai upaya untuk peningkatan kualitas *online shop* yang bersangkutan dalam upaya memberikan perlindungan konsumen untuk memenuhi hak konsumen dalam memperoleh barang yang sesuai.

#### 4. Kurangnya Pengetahuan Konsumen *Online Shop* Mengenai Identitas Para Pelaku Usaha *Online Shop*.

Dalam transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram*, konsumen umumnya tidak mengetahui identitas lengkap pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan karena transaksi dilakukan secara *virtual*. Oleh sebab itu pelaku usaha *online shop* yang tidak bertanggungjawab dapat dengan mudah melakukan perbuatan yang merugikan konsumen.

Pelaku usaha *online shop* produk *fashion* hanya mencantumkan kontak berupa nomor *handphone*, pin *blackberrymessenger*, dan nama akun media sosial yang dimilikinya, seperti *line*, dan *whatsapp* pelaku usaha *online shop* tidak akan mencantumkan alamat, bahkan foto dari pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan. Hal inilah yang biasanya menyulitkan konsumen untuk melakukan komplain dan meminta ganti rugi kepada konsumen.

Berikut penulis lampirkan bukti wawancara penulis yang dilakukan melalui media *online* yaitu *line* kepada konsumen yang tertipu oleh pelaku *usaha online*, konsumen membeli tas kepada pelaku usaha *online shop* produk *fashion* yang bersangkutan, namun setelah konsumen mengirimkan uang kepada pelaku usaha, produk yang dipesan tidak kunjung datang, konsumen kemudian menghubungi pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan. Namun nomor *handphone* pelaku usaha *online shop* yang tercantum pada akun *instagram* nya sudah tidak bisa dihubungi.



**Gambar 10.** *Capturescreen* wawancara penulis melalui *line* dengan konsumen *oline shop* yang tertipu dengan pelaku usaha online shop produk *fashion* melalui *instagram*.

Minimnya pengetahuan konsumen *online shop* produk *fashion* mengenai identitas pelaku usaha yang bersangkutan dakan menyulitkan konsumen dalam melakukan upaya ganti rugi. Sangat dimungkinkan pelaku usaha yang bersangkutan akan dengan mudah tidak bertanggungjawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. oleh sebab itu konsumen harus mempunyai bekal pengetahuan tentang identitas pelaku usaha sebelum melakukan transaksi. Dan apabila dimungkinkan, konsumen melakukan transaksi dengan pelaku usaha yang menyediakan fasilitas COD (*Cash On Delivery*) dimana pelaku usaha *online shop* produk *fashion* dan konsumen dapat bertemu langsung sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh jaminan kualitas produk. Walaupun dengan fasilitas COD ini akan menghilangkan sifat *virtual*

dari transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram*, namun hal ini dapat mendorong terjaminnya hak konsumen dalam memperoleh kesuaian barang.

Kepercayaan konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap informasi suatu produk. Dalam mendapatkan kepercayaan konsumen, pelaku usaha *online shop* harus memberikan informasi atau produk yang ditawarkan dengan jelas, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, agar konsumen merasa aman akan transaksi jual beli yang akan mereka lakukan. Serta dalam membentuk hubungan jangka panjang antara pelaku usaha *online shop* dengan konsumen perlu adanya kepercayaan pada diri konsumen kepada pelaku usaha *online shop* atas produk yang akan di belinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara *virtual* dengan pelaku usaha *online shop* produk *fashion*, harus ada upaya agar konsumen percaya dengan *online shop* milik pelaku usaha *online shop* yang bersangkutan, yaitu :

- a. Membagikan *testimoni* (iklan yang memberikan kesaksian konsumen terhadap suatu produk) ke akun *instagram* milik pelaku usaha *online shop* produk *fashion*, karna ini adalah bentuk nyata agar konsumen *online shop* produk *fashion* tidak ragu untuk memilih *online shop* pelaku usaha yang bersangkutan

b. Menjalinkan komunikasi yang baik dengan konsumen *online shop* produk *fashion*

Pelaku usaha *online shop* produk *fashion* dalam hal ini mencantumkan informasi secara rinci untuk membuktikan kepada konsumen bahwa *online shop* pelaku usaha yang bersangkutan adalah nyata. Pelaku usaha harus memegang janji, apapun janji yang pelaku usaha *online shop* janjikan kepada konsumen pastikan harus dapat menepatinya.

Menurut salah satu dari pelaku usaha *online shop* produk *fashion* yaitu @maery.ind bahwa kepuasan konsumen adalah yang utama dan yang terpenting, jika ada konsumen yang merasa tidak puas dengan produk atau barang yang dipesan, maka sebisa mungkin pelaku usaha *online shop* produk *fashion* @maery.ind akan mengganti atau mengirimkan barang yang sesuai dengan keinginan dari konsumen secara gratis atau akan mengembalikan uang konsumen secara utuh.

c. Menyediakan fasilitas COD (*cash on delivery*)

Menurut pelaku usaha *online shop* produk *fashion* lain @miserikshoppa, bahwa pelaku usaha *online shop* selain harus menyediakan fasilitas COD (*cash on delivery*). Hal ini di anggap penting karena agar konsumen lebih percaya dengan *online shop* dan produk – produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha melalui akun instagramnya @miserikshoppa, menurut pelaku usaha *online shop* menyediakan fasilitas COD (*cash on delivery*) akan memperkecil permasalahan

yang akan muncul antara konsumen dan pelaku usaha *online shop* produk *fashion*, karena fasilitas COD (*Cash On Delivery*) ini yaitu bertemunya pelaku usaha untuk mengantarkan barang kepada konsumen dan proses pembayaran dari konsumen kepada pelaku usaha.