

# PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA PRODUK KECANTIKAN WAJAH

Fariz Hadyanto

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

E-mail: Hadyantofariz@gmail.com

**Abstrak:** Pada era globalisasi saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat, dimana semua orang bisa mengakses berbagai macam hal lewat internet serta dapat menghubungkan orang yang jauh tanpa bertatap muka. Hal tersebut menimbulkan peluang bisnis melalui internet/online yang pada masa sekarang disebut dengan *ecommerce*. Seseorang dapat dengan mudah untuk membeli suatu barang, dan juga lebih mudah mencari sesuatu secara online. Dalam waktu yang relatif singkat, perkembangan *ecommerce*/jual beli online di Indonesia berkembang sangat pesat. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya berbagai macam toko *online/marketplace*. Melalui aktivitas jual beli *online/ecommerce*, kita dapat menjual ataupun membeli berbagai macam produk hanya melalui komputer/laptop maupun *smartphone* kita yang terhubung ke internet. *Ecommerce*/jual beli online sangat memudahkan pembeli/konsumen dalam bertransaksi dan bisa mendapatkan berbagai macam barang dengan harga yang relatif murah. Pada generasi muda Indonesia, *ecommerce* sudah seperti hal yang pokok untuk memenuhi kebutuhannya. Terlepas dari berbagai macam kemudahan yang ditawarkan oleh *ecommerce* terdapat sedikit celah yang bisa digunakan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa menjamin kualitas produk yang dijualnya melalui *ecommerce*. Pada karya ilmiah ini penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai hal tersebut terutama terhadap produk kecantikan wajah yang dijual secara online tanpa menghiraukan standar yang telah ditetapkan untuk menjaga agar konsumen tidak dirugikan atas suatu produk kecantikan wajah yang dibeli secara online.

**Kata Kunci:** jual beli *online/ecommerce*, *marketplace*, konsumen, produk kecantikan

---

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada konvergensi yang memudahkan kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi itu sendiri.

Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (browsing, surfing), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah elektronik commerce selanjutnya disebut bisnis online.<sup>1</sup>

Produk yang dikenalkan melalui gambar atau foto yang diposting seringkali berbeda dengan produk aslinya sehingga ketika produk tersebut diterima tidak sesuai dengan apa yang dipesan. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi.

Pembayaran dalam jual beli online dapat dilakukan dengan cara langsung mentransfer uang seharga barang yang dipesan dan kemungkinan ditambah dengan melakukan pembayaran dengan beberapa cara. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara langsung mentransfer uang seharga barang yang dipesan dan kemungkinan ditambah dengan biaya pengiriman barang. Pembayaran ini juga bisa dilakukan dengan *Cash On Delivery* (COD) mekanisme pembayaran ini berlaku apabila penjual dan pembeli berada dalam satu kota dan tidak terlalu jauh jaraknya. Penjual dan pembeli membuat suatu kesepakatan tempat dan waktu melakukan pembayaran dan menyerahkan barang pada jam dan hari yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.<sup>2</sup>

Khusus pada produk kecantikan sangat memungkinkan munculnya keluhan dari konsumen. Dewasa ini beredar sangat masif produk-produk yang menawarkan perawatan wajah yang hasilnya lebih instan dirasakan. Penggunaan kadar yang berlebih pada produk kecantikan tersebut yang membuat reaksi pada wajah menjadi lebih cepat dirasakan. Penggunaan kadar yang berlebih pada produk kecantikan tersebut yang membuat reaksi pada wajah menjadi lebih cepat dirasakan. Akan tetapi penggunaan bahan yang berlebih tentu saja akan menimbulkan resiko bagi konsumen yang memiliki kulit wajah sensitif. Pengaduan konsumen atas produk tentu saja meningkat. Sudah menjadi kewajiban pemerintah menyediakan dan mengatur regulasi yang jelas mengenai kasus yang potensial ini.

---

<sup>1</sup> Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* Bandung : PT. Refika Aditama, 2004, hal. 1.

<sup>2</sup> Adryansyah, "*Analisis Pengaruh Reputasi Penjual, Kualitas Informasi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online*", Universitas Bakrie, II (Januari, 2013), 26.

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta dikuatkan pelaksanaannya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional untuk mengatur model jual beli online demi melindungi konsumen dan juga melindungi hak-hak produsen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai asas-asas perlindungan konsumen, seperti tertulis pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pengertian konsumen berdasar Pasal 1 butir 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>3</sup>

Penjelasan di 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. Informasi yang dibuat oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen harus benar-benar sesuai dengan barang/jasa yang ditawarkannya agar tidak memunculkan ekspektasi yang berbeda dari pihak konsumen. Pada umumnya kerugian yang sering dialami oleh konsumen adalah tidak mendapatkan barang sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha sebelumnya, dan tidak sedikit konsumen memilih untuk pasrah dan tidak berusaha untuk memperjuangkan hak-haknya yang telah dirugikan oleh pihak pelaku usaha dalam transaksi elektronik.<sup>4</sup>

## **KERANGKA TEORI**

### **1. Pengertian Perjanjian**

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Pasal 1313 perjanjian atau persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Dari peristiwa tersebut, timbullah suatu hubungan hukum antara dua orang atau lebih yang disebut perikatan yang di dalamnya terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak. Kata persetujuan tersebut merupakan terjemahan

---

<sup>3</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>4</sup> Antonius Dwicki Cahyadi, 2014, *Kesadaran Hukum Konsumen Dalam Memperjuangkan Hak-Haknya Atas Kerugian Yang Dialami Dalam Melakukan Transaksi Elektronik*, Naskah Publikasi Skripsi Fakultas Hukum, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, hal. 37

dari perkataan *Overeenkomst* dalam bahasa Belanda. Kata *Overeenkomst* tersebut lazim diterjemahkan juga dengan kata perjanjian. Jadi persetujuan dalam Pasal 1313 KUHPerdata tersebut sama artinya dengan perjanjian.<sup>5</sup>

## **2. Unsur-Unsur Perjanjian**

### **a. Unsur Essensialia dalam perjanjian**

Unsur essensialia dalam perjanjian mewakili ketentuan-ketentuan berupa prestasi-prestasi yang wajib dilakukan oleh salah satu atau lebih pihak yang mencerminkan sifat dari perjanjian tersebut yang membedakannya secara prinsip dari jenis perjanjian lainnya. Unsur essensialia ini pada umumnya dipergunakan dalam memberikan rumusan, definisi, atau pengertian dari sebuah perjanjian.<sup>6</sup>

### **b. Unsur Essensialia dalam perjanjian**

Unsur naturalia adalah unsur yang pasti ada dalam suatu perjanjian tertentu, setelah unsur essensialianya diketahui secara pasti. Misalnya dalam perjanjian yang mengandung unsur essensialia jual-beli, pasti akan terdapat unsur naturalia berupa kewajiban dari penjual untuk menanggung kebendaan yang dijual dari cacat-cacat tersembunyi. Ketentuan ini tidak dapat disimpangi oleh para pihak, karena sifat dari jual beli mengkhendaki hal yang demikian.

### **c. Unsur Aksidentalialia dalam perjanjian**

Unsur aksidentalialia adalah unsur pelengkap dalam suatu perjanjian, yang merupakan ketentuan-ketentuan yang dapat diatur secara menyimpang oleh para pihak sesuai dengan kehendak para pihak yang merupakan persyaratan khusus yang ditentukan secara bersama-sama oleh para pihak. Dengan demikian pula unsur ini pada hakekatnya bukan merupakan suatu bentuk prestasi yang harus dilaksanakan atau dipenuhi oleh para pihak.

## **3. Asas-Asas Perjanjian**

**a. Asas Kebebasan Berkontrak**, asas ini memiliki landasan hukumnya pada Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata yang menyatakan “semua persetujuan yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya” yang juga

---

<sup>5</sup> Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, penerbit Liberty, di Yogyakarta, tahun 1985, hal. 97

<sup>6</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja (II), *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 84.

menjelaskan bahwa setiap orang bebas membuat perjanjian yang isinya apa saja yang ia kehendaki.

- b. Asas Konsensualitas**, asas ini memiliki landasan hukumnya pada Pasal 1320 angka 1 yang dalam bunyi Pasalnya menyatakan salah satu sahnya suatu perjanjian jika adanya kesepakatan antara mereka yang mengikat diri, hal ini dapat diartikan bahwa kata sepakat berartitelah terjadi konsensus secara tulus tidak ada kekilapan, paksaan atau penipuan (Pasal 1321 KUH Perdata).
- c. Asas Kepercayaan**, ketika seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain, menumbuhkan kepercayaan diantara kedua belah pihak itu bahwa satu sama lain akan memenuhi prestasinya dikemudian hari. Tanpa adanya kepercayaan, maka perjanjian tidak mungkin akan diadakan oleh para pihak. Dengan kepercayaan ini, para pihak mengikat dirinya dan untuk keduanya perjanjian itu mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang-undang.
- d. Asas Kedudukan yang Sama atau Seimbang**, asas ini dapat dikatakan memiliki dasar hukumnya pada Pasal 1320 ayat 2 KUHPerdato yaitu “Kecakapan untuk membuat perjanjian”. Hal ini dijabarkan kembali dalam Pasal 1330 KUH Perdata yaitu tentang cakap dalam membuat suatu perjanjian oleh orang yang sudah dewasa menurut Pasal 330KUH Perdata dan tidak berada dibawah pengampuan seperti pada Pasal 433 KUHPerdato.
- e. Asas Itikad Baik**, asas ini dapat dilihat dari Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdato yang berbunyi : “Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Asas itikad baik ini menyatakan bahwa sesungguhnya parapihak antara pihak kreditur dan pihak debitur haruslah melaksanaka nsuatu perjanjian dengan dilandasi itikad baik didalamnya.
- f. Asas Kepastian Hukum**, bahwa pada Pasal 1338 KUH Perdata menyatakan dalam suatu perjanjian sebagai produk hukum haruslah memiliki suatu kepastian hukum, yang mana kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikatnya bahwa suatu perjanjian yaitu memiliki kekuatan mengikat sebagai undang-undang.
- g. Asas perjanjian mengikat para pihak**, asas ini memiliki landasan hukum pada Pasal 1338 KUH Perdata yang menjelaskan bahwa perjanjian berlaku (mengikat) sebagai Undang-Undang, dan pada Pasal 1339 KUHPerdato yang menjelaskan

bahwa perjanjian mengikat juga untuk segala sesuatu karena sifat perjanjian diharuskan oleh kepatutan dan kebiasaan.

#### **4. Syarat Sahnya Perjanjian**

##### **a. Kesepakatan**

Kesepakatan ialah sepakatnya para pihak yang mengikatkan diri, artinya kedua belah pihak dalam suatu perjanjian harus mempunyai kemauan yang bebas untuk mengikatkan diri dan kemauan itu harus dinyatakan dengan tegas atau secara diam. Dengan demikian, suatu perjanjian itu tidak sah apabila dibuat atau didasarkan kepada paksaan, penipuan, atau kehilafan.

##### **b. Kecakapan**

Kecakapan adalah kemampuan untuk membuat suatu perjanjian. Menurut hukum, kecakapan termasuk kewenangan untuk melakukan tindakan hukum pada umumnya, dan menurut hukum setiap orang adalah cakap untuk membuat perjanjian kecuali orang-orang yang menurut undang-undang dinyatakan tidak cakap. Adapun orang-orang yang tidak cakap membuat perjanjian adalah anak dibawah umur, orang yang masih berada dibawah pengampuan dan perempuan yang telah kawin dalam hal-hal lain yang ditentukan undang-undang dilarang untuk membuat suatu persetujuan tertentu.

##### **c. Suatu Hal Tertentu**

Menurut KUHPerdara hal tertentu adalah:

- 1) Suatu hal tertentu yang diperjanjikan dalam suatu perjanjian adalah suatu hal atau barang yang cukup jelas atau tertentuyakni paling sedikitditentukan jenisnya seperti penjelasan dalam Pasal 1333 KUHPerdara;
- 2) Hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok suatu perjanjian seperti dalam penjelasan Pasal 1332 KUHPerdara;

##### **d. Suatu Sebab yang Halal**

Meskipun siapa saja dapat membuat perjanjian apa saja, tetapi ada pengecualiannya yaitu sebuah perjanjian itu tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, ketentuan umum, moral dan kesusilaan seperti dalam penjelasan Pasal 1335 KUHPerdara.

## 5. Perjanjian Jual Beli Online

Menurut Pasal 1457 KUHPdata, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya dengan pihak lainnya untuk menyerahkan suatu kebendaan atau barang kepada pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Sedangkan menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak milik atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga.<sup>7</sup>

Di dalam Pasal 1457 KUHPdata menjelaskan bahwa “Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”.<sup>8</sup> Berdasarkan pada rumusan yang diberikan, dapat dilihat bahwa jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual.

E-Commerce memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara offline, yaitu:<sup>9</sup>

- a. **Produk:** Banyak jenis produk yang dijual melalui internet tanpa harus mendirikan toko seperti yang dilakukan oleh para pelaku bisnis offline.
- b. **Tempat menjual produk (a place to sell):** tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting dalam hal ini adalah marketplace.
- c. **Cara menerima pesanan:** email, telpon, sms dan lain-lain.
- d. **Cara pembayaran:** Dengan mentransfer sejumlah uang sesuai dengan harga yang tercantum di marketplace atas barang yang akan dibeli ke rekening yang telah ditentukan oleh pihak marketplace.
- e. **Metode pengiriman:** pengiriman bisa dilakukan melalui paket, salesman, atau didownload jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya software).
- f. **Customer service:** e-mail, formulir on-line, FAQ, telepon, chatting, dan lain-lain.

---

<sup>7</sup> Abdulkadir Muhammad, 2010, *Hukum Perjanjian*, Bandung: PT Alumni, hlm. 243.

<sup>8</sup> Gunawan Widjaja & Kartini Muljadi, 2004, *Jual Beli*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal.7

<sup>9</sup> Hidayat Taufi, *Opcit*, hal. 7

## **6. Pengertian Konsumen dan Produsen Beserta Hak serta Kewajibannya**

### **a. Konsumen**

Pengertian konsumen menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Hak dan kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 4 dan 5 UU No. 8 / 1999.

Hak konsumen antara lain sebagai berikut:

- 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 mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

Kewajiban Konsumen:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa,
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

## **b. Produsen/Pelaku Usaha**

Produsen adalah setiap orang yang menciptakan atau membuat suatu barang ataupun jasa untuk dijual kembali sehingga memperoleh keuntungan.<sup>10</sup>

Hak dan kewajiban pelaku usaha / pengusaha diatur dalam Pasal 6 dan 7 UU No. 8 / 1999. Hak pelaku usaha adalah:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik
- 5) Hak-Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

## **7. Hukum Perlindungan Konsumen**

Asas-asas dalam Hukum Perlindungan Konsumen terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu: Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu:

- a. Asas manfaat
- b. Asas keadilan
- c. Asas keseimbangan
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen
- e. Asas kepastian hukum

## **8. Pengertian Kosmetik**

Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik

---

<sup>10</sup> Made Adiwati Indah Puspita, "Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Transaksi Jual Beli Online", *Universitas Udayana*, III (Juni, 2014), 22.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Menurut Soerjono Soekanto jenis penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.<sup>11</sup>

## **HASIL PENELITIAN**

### **1. Bekerjanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia untuk Melindungi Konsumen yang Dirugikan dalam Jual Beli Produk Kecantikan Wajah yang dilakukan secara Online**

Yang sering terjadi kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi melalui internet/online. Pada produk kecantikan wajah, produk yang dibeli dengan cara online setelah digunakan malah menimbulkan efek yang tidak baik pada kulit wajah. Hal tersebut disebabkan bahan-bahan yang terkandung pada produk tersebut tidak sesuai standarisasi yang telah ditetapkan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Pada pasal 4 huruf (e) dan (h) Undang-undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa, konsumen berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, serta berhak mendapatkan kompensasi.

Pelaksanaan perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap, baik dari pelaku usaha maupun konsumen. Pembinaan sikap tersebut dilakukan melalui pendidikan sebagai salah satu media sosialisasi.

Perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian atas produk kecantikan wajah dari transaksi online mutlak diperlukan oleh masyarakat sebagai salah satu objek perlindungan sebuah negara. Di dalam Ketentuan Umum Pasal 1 UUPK menyebutkan, “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”<sup>12</sup> Undang-Undang

---

<sup>11</sup> Sarjono Soekamto, 1998, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan 3, Jakarta, Penerbit UI Press, hal 52

<sup>12</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Ayat (1)

Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>13</sup>

Pada prakteknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibentuk suatu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang juga dimuat dalam Bab IX pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berdasarkan pada ketentuan yang tercantum dalam Bab IX Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- e. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- f. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- g. Memanggil dan menghadirkan saksi.

---

<sup>13</sup> Pasal 1 Angka 1, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## **2. Upaya Konsumen untuk Mendapatkan Perlindungan Hukum terhadap Dampak Negatif dari Penggunaan Produk Perawatan Wajah yang dibeli Secara Online**

Pasal 45 ayat (1) UUPK *“Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”*

Pasal 47 UUPK *“Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tindakan akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.”*

Apabila memilih menggunakan jalur pengadilan tidak dapat lagi menempuh penyelesaian sengketa melalui BPSK dan sebaliknya.

### **a. Penyelesaian Sengketa melalui Tuntutan Seketika oleh Konsumen**

Konsumen yang merasa dirugikan karena memakai atau mengonsumsi produk yang cacat atau tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan melalui iklan oleh pelaku usaha hanya akan mendapat penggantian kerugian apabila mengajukan permintaan atau tuntutan atas hal tersebut. Permintaan atau penuntutan penggantian kerugian ini mutlak dilakukan oleh orang atau konsumen yang merasa berhak untuk mendapatkan penggantian kerugian selain karena dimohonkan terlebih dahulu ke pengadilan dengan syarat-syarat tertentu.

### **b. Penyelesaian Sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)**

Pasal 52 UUPK jo. SK. Memperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001

Adapun ketentuan berproses di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) antara lain:

- 1) Permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PPSK)

Permohonan Penyelesaian konsumen (PSK) diatur dalam Pasal 15 sampai Pasal 17 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. yaitu di mana bentuk permohonan Penyelesaian Konsumen (PSK) diajukan secara lisan atau tertulis ke Badan Penyelesaian Konsumen (BPSK) melalui Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) setempat oleh Konsumen.

2) Susunan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen BPSK dan Kepaniteraan

Susunan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) ganjil, minimal 3 Orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (2) undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang salah satu anggota wajib berpendidikan dan berpengetahuan dibidang hukum

3) Tata cara persidangan

Pasal 26 ayat (1) SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 menentukan bahwa pemanggilan pelaku usaha untuk hadir di persidangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK), dilakukan secara tertulis disertai dengan copy permohonan penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) dalam waktu 3 hari kerja sejak permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) diterima secara lengkap dan benar telah memenuhi persyaratan Pasal 16 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. Berdasarkan rumusan Pasal 54 ayat (4) jo. Pasal 26 sampai Pasal 36 Surat Keputusan Menperindag Nomor

350/MPP/Kep/12/2001, yaitu dimana terdapat 3 (tiga) Tata Cara persidangan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yaitu:

a) Persidangan dengan cara konsiliasi Inisiatif salah satu pihak atau para pihak membawa sengketa konsumen ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), ditangani bersikap Pasif dalam persidangan dengan cara konsiliasi.

b) Persidangan dengan cara Mediasi

Cara mediasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak, sama halnya dengan cara konsiliasi. Keaktifan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai pemerantara dan penasehat Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) dengan cara Mediasi terlihat dari tugas Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

c) Persidangan dengan cara Arbitrase

Pada persidangan dengan cara Arbitrase, para pihak menyerahkan sepenuhnya kepada Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memutuskan dan menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi.

4) Alat bukti dan sistem pembuktian

Dalam Pasal 21 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, alat-alat bukti yang digunakan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yaitu:

- a) Barang dan/atau jasa;
- b) Keterangan para pihak;
- c) Keterangan saksi dan/atau saksi ahli;
- d) Bukti-bukti lain yang mendukung.

5) Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana diatur dalam pasal 52 huruf I Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) jo. Pasal 3 huruf I SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. Hasil penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi atau mediasi dibuat dalam perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh konsumen dan pelaku usaha, selanjutnya dikuatkan dengan putusan majelis yang ditandatangani oleh ketua dan anggota majelis. Putusan majelis dalam konsiliasi dan mediasi tidak memuat sanksi administratif

6) Putusan

Pada penjelasan pasal 54 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa menegaskan kata final itu berarti tidak ada upaya banding dan kasasi.

7) Eksekusi Putusan

Jika pelaku usaha tidak menggunakan upaya keberatan atau upaya hukum, maka putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) menjadi berkekuatan tetap.

**c. Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui Peradilan Umum**

Berdasarkan pada Pasal 46 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa konsumen dapat mengajukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

Ayat (1)

- 1) seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- 2) sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan sama;
- 3) lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat;
- 4) pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau yang tidak sedikit.

Ayat (2)

“Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.”

Ayat (3)

“Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.”

## **KESIMPULAN**

Jual Beli yang dilakukan secara online memang membuat konsumen rawan akan mengalami kerugian karena mekanisme jual beli tersebut tidak mempertemukan secara langsung antara penjual dengan pembeli. Peran aktif konsumen dalam memilih melakukan transaksi secara online sangat penting untuk menghindari adanya sengketa antara konsumen dengan penjual sebagai produsen. Konsumen juga harus ikut berperan aktif apabila mengalami kerugian setelah terjadi transaksi jual beli secara online sehingga apa yang menjadi haknya dapat dituntut kepada pihak penjual. Hal tersebut dimaksudkan agar konsumen memperoleh perlindungan hukum atas transaksi jual beli tersebut. Konsumen yang membeli produk kosmetik secara online yang setelah penggunaan produk tersebut mengalami kerugian secara fisik dapat melaporkan hal tersebut sehingga oknum penjual yang telah menjual produk tersebut dapat diproses secara hukum.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad M. Ramli, 2004, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung, PT. Refika Aditama.
- Antonius Dwicky Cahyadi, 2014, *Kesadaran Hukum Konsumen Dalam Memperjuangkan Hak-Haknya Atas Kerugian Yang Dialami Dalam Melakukan Transaksi Elektronik*, Naskah Publikasi Skripsi Fakultas Hukum, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sudikno Mertokusumo, 1985, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, di Yogyakarta, penerbit Liberty.
- Abdulkadir Muhamad, 1992, *Hukum Perikatan*, Bandung, Citra Aditya.
- Gunawan Widjaja & Kartini Muljadi, 2004, *Jual Beli*, PT. Raja Grafindo Persada.
- Hidayat, Taufik, 2008, *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Jakarta, Mediakita.
- Sarjono Soekamto, 1998, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan 3, Jakarta, Penerbit UI Press.

Adryansyah, *“Analisis Pengaruh Reputasi Penjual, Kualitas Informasi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online”*, II (Januari, 2013), 26.

Made Adiwati Indah Puspita, *“Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Transaksi Jual Beli Online”*, Universitas Udayana, III (Juni, 2014), 22.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen