

PROBLEMATIKA PEMENUHAN HAK KONSUMEN DALAM PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK SERTA PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS *POP-UP STORE*

Alfa Edha Firmansyah

E-mail: alfaedha99@student.uns.ac.id

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Suraji

E-mail: surajiesha@gmail.com

Penulis korespondensi

Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Article Information

Keywords: *Consumer protection; Online Shopping; Pop-Up Store*

Kata Kunci: Belanja Online; Perlindungan Konsumen; Pop-Up Store

Abstract

This article examines the problems of consumer protection against consumer rights with pop-up stores as an alternative to online shopping that can be done in terms of overcoming violations of consumer rights and solutions that can be done to protect consumers against the disadvantages of online shopping. This research is a normative legal research that is descriptive and applied with a legal approach (statue approach), conceptual approach (conceptual approach) and historical approach (historical approach). Types of legal materials include primary and secondary legal materials. The technique of collecting legal materials is a literature study which will then be studied deductively using a syllogistic logic. The results showed the problems of consumer protection for the rights of consumers to shop online and pop-up stores, first, in that consumers cannot directly test, try, see or touch the goods to be ordered when shopping online. Second, the unclear status of legal subjects of business actors. Third, unclear information about the products offered in the form of misleading advertisements. Fourth, the imposition of an unbalanced risk on guaranteed delivery of goods. Fifth, borderless cross-border transactions raise questions about the mechanism for fulfilling consumer rights and obligations of business actors in transactions between countries. Sixth, there are no statutory provisions or implementing provisions for the pop-up store trading model or O2O business (online to offline or offline to online).

Abstrak:

Artikel ini mengkaji problematika perlindungan konsumen terhadap hak konsumen dengan *pop-up store* sebagai alternatif berbelanja *online* yang dapat dilakukan dalam hal menanggulangi pelanggaran hak konsumen dan solusi yang dapat dilakukan untuk melindungi konsumen terhadap kerugian berbelanja *online*.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif bersifat perskriptif dan terapan dengan pendekatan undang-undang (*statue approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dan pendekatan historis (*historical approach*). Jenis bahan hukum meliputi bahan hukum primer dan sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum adalah studi pustaka yang selanjutnya akan dianalisis secara deduktif dengan logika silogisme. Hasil penelitian menunjukkan problematika perlindungan konsumen terhadap hak konsumen belanja online dan *pop-up store* yaitu *pertama*, dalam konsumen tidak dapat langsung menguji, mencoba, melihat atau menyentuh barang yang akan dipesan saat berbelanja *online*. *Kedua*, tidak jelasnya statussubyek hukum dari pelaku usaha. *Ketiga*, ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan berupa iklan yang menyesatkan. *Keempat*, pembebanan risiko yang tidak berimbang atas jaminan pengiriman barang. *Kelima*, transaksi bersifat lintas batas negara *boderless* menimbulkan pertanyaan mengenai mekanisme pemenuhan hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi antar negara. *Keenam*, belum adanya ketentuan perundangan atau ketentuan pelaksana terhadap model perdagangan *pop-up store* atau bisnis O2O (*online to offline* atau *offline to online*).

A. Pendahuluan

Pembangunan nasional bertujuan mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara.

Perkembangan teknologi sangatlah pesat di era serba digital seperti saat ini. Barang apapun yang konsumen cari dapat konsumen temukan dengan mudah berkat bantuan teknologi. Salah satu wujudnya yaitu berupa situs belanja *online* (*e-commerce*). Para pihak dalam transaksi *e-commerce* terikat satu sama lain dengan sebuah perjanjian yang dikenal dengan Kontrak Elektronik, yang mana dalam pelaksanaannya dilakukan tanpa tatap muka dan prosesnya terjadi lebih cepat dan praktis. Tentu hal-hal seperti itu sangat membuat masyarakat mudah untuk berbelanja *online*.

Dibalik kemudahan yang diberikan, masyarakat sebagai konsumen tidak jarang dibuat kecewa oleh situs belanja atau toko *online*. Konsumen merasa tidak diberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai kondisi barang yang dibelinya. Sering kali konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan gambar saat dia melakukan pemesanan. Kedudukan pelaku usaha dan konsumen tidaklah seimbang dan konsumen berada di posisi yang lemah, oleh karena itu pemerintah memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen (UUPK) untuk mengantisipasi kondisi tersebut dengan memberikan rambu-rambu berupa hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha termasuk didalamnya bagaimana etika dalam mengadakan hubungan antara konsumen dan produsen tersebut serta perlindungan dari pemalsuan dan informasi yang tidak benar (Eirra Pane, 2007:68). Pasal 4 UUPK juga telah menyebutkan secara jelas terkait hak konsumen. Salah satu hak yang harus terpenuhi diantaranya berbunyi bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Transaksi jual-beli baik offline maupun *online* haruslah memperhatikan aspek dari terpenuhinya hak konsumen. Pengaturan hak-hak konsumen merupakan wujud implementasi sebagai sebuah negara kesejahteraan. UUD 1945 sebagai aturan dasar di Indonesia selain menjadi konstitusi politik juga menjadi konstitusi ekonomi dimana mengandung ide negara kesejahteraan yang diilhami oleh pengaruh sosialisme pada zaman itu. Fungsi konstitusi ekonomi UUD 1945 dengan ciri negara kesejahteraan kemudian dijabarkan lebih lanjut di dalam hak-hak konsumen yang termuat di UUPK. Hak konsumen diatur dalam pasal 4 UUPK yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sudah sangat jelas bahwa dalam hal ini konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Namun pada praktiknya di masyarakat, konsumen jarang mendapatkan informasi yang lengkap atau bahkan ditipu oleh penjual. Hal inilah yang menyebabkan kekecewaan masyarakat terhadap bisnis *online*.

Pelaku usaha yaitu penjual *online*, harus berusaha untuk memenuhi hak dari konsumen guna menghindari kekecewaan konsumen dan terpenuhinya kepuasan konsumen tersebut. Penjual harus memenuhi kewajibannya dan menghindari larangannya sebagai pelaku usaha sesuai UUPK. Kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK. Kewajiban pelaku usaha yaitu:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Peraturan tentang kewajiban pelaku usaha di Indonesia berdasarkan Undang-Undang tersebut sebenarnya sudah jelas sekali. Namun banyak pelaku usaha yang tidak melaksanakan kewajiban yang harus dipenuhinya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), jual beli *online* juga diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggung jawabkan. Jika konsumen menerima atau memanfaatkan barang dan/atau jasa tidak sesuai dengan perjanjian maka pelaku usaha diwajibkan untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian sebagai bentuk tanggung jawab.

PP PMSE Pasal 13 ayat (1) huruf b juga menyatakan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyampaikan informasi yang jujur, jelas, dan benar mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk Sistem Elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut. Pelaku Usaha juga wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Ketika hal-hal tersebut tidak terpenuhi, maka tentu saja realita perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia menyimpang dari PP PMSE yang dirumuskan demi terselenggaranya sistem Perdagangan yang fair dan terpercaya serta melindungi kepentingan nasional.

PP PMSE Pasal 34 ayat (1) menyatakan bahwa substansi atau materi iklan elektronik dilarang bertentangan dengan hak Konsumen dan/atau prinsip persaingan usaha yang sehat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Berdasarkan pasal tersebut, tentu saja persoalan ketidaksesuaian spesifikasi barang yang konsumen terima dengan barang yang tertera dalam iklan atau foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang karena tidak adanya informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang. Berdasarkan lansiran detik news Pada Jumat, 01 Mei 2020 15:04 WIB, terdapat konsumen yang melakukan transaksi pembelian casing tablet di Shopee pada 15 April 2020. Sebelum transaksi konsumen sudah memastikan detail produk apakah sesuai seperti deskripsi di gambar ke penjual. Namun ketika barang diterima pada 17 April 2020, ternyata produk yang diterima tidak sesuai deskripsi gambar. Dari contoh kasus yang dialami konsumen tersebut, pembeli telah mengupayakan untuk meminta pertanggung jawaban baik kepada platform *e-commerce* maupun kepada penjual, tetapi seluruhnya berjalan kurang memuaskan.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, terdapat penelitian terdahulu oleh Erwin Sunyoto dengan judul “Respon Konsumen Ritel Melalui Format Toko *Pop-Up* Dalam Meningkatkan Penjualan”. Penelitian tersebut membahas mengenai fenomena Toko *Pop-Up* dari sudut pandang bisnis ekonomi manajemen, sedangkan penelitian oleh penulis membahas mengenai fenomena Toko *Pop-Up* dari sudut pandang hukum perdata antara pelaku usaha dan konsumen. Penelitian lainnya oleh Abdul Halim Barkatullah dengan judul “Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di *E-Commerce*.” Perbedaan penelitian oleh Abdul Hali Barkatullah dengan penelitian oleh penulis adalah penelitian oleh Abdul Halim Barkatullah membahas mengenai perlindungan konsumen *E-Commerce* yang terdiri dari nasional dan internasional, sedangkan penelitian penulis membahas mengenai perlindungan *E-Commerce* yang terfokuskan di Indonesia saja dengan pembaruan maraknya strategi bisnis online to offline yang dilakukan pelaku usaha berupa *Pop-Up Store*.

Oleh karena itu, perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah didasarkan pada sudut pandang hukum, regulasi yang digunakan yaitu PP PMSE, dan UUPK, fenomena *pop-up store*, problematika pemenuhan hak konsumen dan pemenuhan kewajiban pelaku usaha, dan Perilaku masyarakat dalam berbelanja *online* di Indonesia.

Permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya patut dijadikan sebuah alasan dan perhatian bahwasannya tiada penegakan hukum, kepastian hukum dan keadilan kepada konsumen sehingga menimbulkan pelanggaran terhadap hak konsumen yang seharusnya melekat pada konsumen.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif (*doctrinal research*). Penelitian hukum normatif merupakan penelitian berdasarkan bahan-bahan hukum (*Library Based*) primer dan sekunder, sehingga setelah dilakukannya penelitian hukum maka dapat menghasilkan argumentasi, teori dan sebuah konsep baru yang akan memecahkan persoalan hukum yang sedang diteliti.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pasal 13 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menyatakan: (1) Dalam setiap PMSE, Pelaku Usaha wajib:

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang identitas subyek hukum yang didukung dengan data atau dokumen yang sah;
- b. Menyampaikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk Sistem Elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut; dan
- c. Memenuhi ketentuan etika periklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelaku usaha yang dimaksud disini adalah setiap orang perorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang dapat berupa pelaku usaha dalam negeri

dan pelaku usaha luar negeri melakukan kegiatan usaha di bidang PMSE. Selanjutnya klausul informasi benar, jelas, dan jujur menurut penjelasan pasal 13 ayat (2) dimaknai sebagai:

- a. Kebenaran dan keakuratan informasi
- b. Kesesuaian antara informasi iklan dan fisik barang
- c. Kelayakan konsumsi barang atau jasa
- d. Legalitas barang atau jasa
- e. Kualitas, harga, dan aksesabilitas barang atau jasa.

Pasal 1 ayat (1) menjelaskan bahwa “identitas subyek hukum” adalah semua informasi yang menerangkan keberadaan dan legalitas subyek hukum yang bersangkutan, baik individu maupun badan hukum. Kejelasan subyek hukum sebagai PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri dapat dipenuhi dengan pencantuman Nomor Identitas Pelaku Usaha PMSE yang diberikan oleh kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan. Dalam PP PMSE tidak dijelaskan secara rinci mengenai kondisi dan jaminan, namun dalam KBBI kondisi adalah persyaratan atau keadaan sedangkan jaminan adalah tanggungan atas pinjaman yang diterima, agunan; biaya yang ditanggung oleh penjual atas kerusakan barang yang dibeli oleh pembeli untuk jangka waktu tertentu, garansi. Barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tidak dijelaskan juga secara rinci dalam PP PMSE ini, namun dapat diambil pengertian dari UUPK bahwa barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Mengingat bahwa PP ini mengatur tentang PMSE maka barang dan jasa disini dikategorikan sebagai barang dan/atau jasa yang diperdagangkan secara digital.

Satjipto Raharjo menafsirkan perlindungan hukum berupa pemberian pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dilanggar oleh pihak lain dan dengan adanya perlindungan tersebut harapannya setiap lapisan masyarakat dapat mendapatkan seluruh hak-hak yang dijaminakan oleh hukum (Satjipto Raharjo, 2000:53). Perlindungan hukum dapat diartikan juga sebagai suatu pemberian jaminan atau kepastian bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang telah menjadi hak dan kewajibannya, sehingga yang bersangkutan merasa aman (Desy Ary Setyawati, Dkk, 2017:37). Namun pelaksanaan perlindungan hukum terhadap hak konsumen dalam jual beli *online* menggunakan media elektronik masih lemah dan memiliki beberapa problematika terhadap kasus jual beli menggunakan media elektronik. Media sosial elektronik merupakan dimensi yang berbeda dari dunia nyata. Oleh karena itu timbul problematika terkait kemampuan hukum positif mengatur kegiatan tersebut, sehingga Pemerintah dengan UU ITE berusaha memberikan perlindungan bagi seluruh pengguna media elektronik di Indonesia (Handy Awaludin Prandika, 2015:52).

Ketidaksesuaian antara *das sollen* dalam hal ini pengaturan perdagangan melalui sistem elektronik dan *das sein* atau kejadian konkret di masyarakat, mengakibatkan ketidakefektifan peraturan yang diberlakukan. Oleh karena itu untuk melaksanakan kewajiban pelaku usaha dan menjawab hak konsumen dalam transaksi secara elektronik sesuai peraturan-peraturan perdagangan, maka pelaku usaha menciptakan konsep *Pop-Up Store*. *Pop-Up Store* yaitu konsep

toko fisik sementara dari pelaku usaha *online* yang difungsikan agar konsumen mendapatkan pengalaman berbelanja *offline* dengan pilihan produk selengkap belanja *online* dengan aman dan terpercaya karena pembeli melihat secara langsung barang yang akan dibelinya. Upaya pemenuhan tersebut sesuai dengan Teori *Caveat Emptor Caveat Venditor* yaitu teori berhati-hatilah konsumen yang kemudian berkembang menjadi berhati-hatilah pelaku usaha. (Inosentius Samsul, 2004:49)

Pelaku usaha *online* yang menggunakan media *Pop-Up Store* untuk berjualan, meskipun menjual produk yang sama seperti di platform *online* mereka, tapi pada praktiknya media penjualan *Pop-Up Store* tetaplah media penjualan secara *offline*. Oleh karena itu *Pop-Up Store* tidak menggunakan ketentuan PP PMSE. Dengan menggunakan media *Pop-Up Store*, maka pelaku usaha pada dasarnya telah berusaha memenuhi beberapa ketentuan kewajiban pelaku usaha yang tercantum dalam UUPK, misalnya:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; karena pelaku usaha *online* berupaya untuk menghadirkan kepuasan konsumennya dengan berbelanja secara langsung secara aman dan nyaman.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; karena ketika konsumen datang ke toko *Pop-Up*, pelaku usaha bisa menyampaikan informasi mengenai produknya secara langsung. tak hanya itu, konsumen juga bisa bertanya secara langsung dan informasi yang diterimanya bisa diperiksa kebenarannya dengan melihat produknya secara langsung.
3. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan; tentu saja konsumen bisa menguji dan/atau mencoba dalam hal ini barang secara langsung.

Upaya pemenuhan kewajiban oleh pelaku usaha tersebut disambut positif oleh konsumen karena konsumen tidak hanya bisa melihat produk yang ditawarkan secara langsung tetapi juga pelaku usaha acapkali memberikan promo atau diskon jika membeli di toko *Pop-Up* yang dibuka. Namun dibalik itu semua masih terdapat permasalahan ketika tidak adanya regulasi yang mengatur mengenai pembukaan *Pop-Up Store* dari pelaku usaha *online* dengan strategi O2O. Pelaku usaha dapat membuka *Pop-Up Store* dengan hanya meminta izin sewa kepada pemilik lahan.

Secara garis besar, dapat ditarik beberapa permasalahan yang timbul terkait hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*, antara lain:

1. Konsumen Tidak Dapat Langsung Menguji, Mencoba, Melihat, Atau Menyentuh Barang yang Akan Dipesan;

Pelaku usaha dan konsumen *e-commerce* melakukan penawaran dan penerimaan melalui media elektronik dimana informasi yang diberikan terbatas hanya gambar dan deskripsi produk saja. Hal tersebut mengakibatkan pelaku usaha *online* tidak dapat memenuhi kewajibannya untuk memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat

dan/atau yang diperdagangkan. Tentu saja, hal tersebut mengakibatkan banyak konsumen merugi karena. Konsumen memesan barang yang tidak sesuai dengan harapan mereka karena mereka tidak bisa menguji, melihat, mencoba atau menyentuh langsung barang yang dipesan. Padahal animo masyarakat terhadap jual beli *online* sangatlah besar dan meningkat dari tahun ketahun karena barang-barang yang dijual oleh *online* shop biasanya merupakan barang-barang yang limited edition atau belum ada di pasaran (Sari, 2015:03). Maka dari itu, beberapa pelaku usaha online memiliki inisiatif untuk membuka offline store dengan konsep pop-up store dengan harapan dapat memenuhi kewajibannya kepada konsumen serta selain itu dapat menjadi media pemasaran produknya.

2. Tidak Jelasnya Status Subjek Hukum, dari Pelaku Usaha;

Kemudahan bertransaksi elektronik mengakibatkan konsumen tertarik untuk berbelanja *online*. Tak hanya konsumen, pelaku usaha pun juga dibuat mudah dalam memasarkan produk yang diperdagangkannya. Dalam praktiknya, tak sedikit pelaku usaha yang berbuat licik melihat peluang tersebut, salah satunya yaitu penjual bodong atau abal-abal. Penjual tersebut menawarkan barang dagangan kepada konsumen yang sebenarnya barang tersebut tidak dijual atau bahkan tidak tersedia. Modus pelaku usaha bodong ini adalah setelah penjual mengunggah foto produk yang ditawarkannya, calon pembeli terpancing untuk melihat dan membeli produk tersebut. Kemudian pelaku usaha meminta konsumen untuk mengirim sejumlah uang seharga barang yang ditawarkan tersebut. Setelah pembeli mengirim sejumlah uang kepada penjual, selanjutnya penjual menghilang menikmati uang dari pembeli dan tidak bertanggung jawab atas perbuatannya. Hal tersebut tentunya sangat merugikan pembeli. Pembeli mudah ditipu karena bertransaksi hanya berlandaskan kepercayaan dan tidak memiliki kekuatan untuk memperjuangkan apa yang menjadi haknya.

3. Ketidaktepatan Informasi tentang Produk yang Ditawarkan dan/atau Tidak Ada Kepastian Apakah Konsumen Telah Memperoleh Berbagai Informasi yang Layak Diketahui atau yang Sepatutnya Dibutuhkan untuk Mengambil Suatu Keputusan dalam Bertransaksi;

Salah satu ke khasan teknologi internet adalah begitu mudahnya informasi di samarkan. Sebagai konsekuensinya, masyarakat mengalami kerugian karena ketidaktepatan informasi tentang produk yang ditawarkan. Contohnya adalah iklan yang menyesatkan dimana biasanya terdapat cacatan dengan huruf yang berukuran kecil di pojok iklan agar tidak terbaca oleh calon pembeli. Banyak pelaku usaha tak bertanggungjawab yang melanggar perlindungan konsumen demi mendapatkan keuntungan pribadi.

4. Tidak Ada Jaminan Keamanan Bertransaksi dan Privasi Serta Penjelasan terhadap Risiko-Risiko yang Berkenaan dengan Sistem yang Digunakan;

Konsumen dibuat nyaman dengan kemudahan bertransaksi *online* dari rumah. Pemesanan dan pembayaran dapat dilakukan dimana saja dengan cepat dan mudah. Padahal dibalik kemudahan tersebut terdapat hal yang tetap wajib konsumen perhatikan yaitu

keamanan bertransaksi. Banyak penjual menawarkan menawarkan barang dagangannya dengan *embel-embel* kemudahan dengan bertransaksi secara langsung *person to person*. Konsumen yang akan membeli barang diminta langsung mengirim uang ke rekening penjual tanpa menggunakan rekening bersama. Apabila penjual kemudian tidak mengirimkan barang pesanan konsumen dan menghilang tidak dapat dihubungi, tentu hal tersebut sangat merugikan konsumen.

5. Pembebanan Risiko yang Tidak Berimbang;

Pembebanan risiko yang diterima konsumen tidak berimbang karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang. Masyarakat Indonesia sejauh ini dalam proses transaksi mereka sepenuhnya memberikan kepercayaan kepada penjual atas apa yang penjual tawarkan.

6. Transaksi Yang Bersifat Lintas Batas Negara Borderless, Menimbulkan Pertanyaan Mengenai Yurisdiksi Hukum Negara Mana yang Sepatutnya Diberlakukan;

Tidak dapat disangkal lagi, pesatnya kemajuan teknologi membuat segala akses menjadi mudah, tak terkecuali untuk transaksi. Dengan menggunakan sistem elektronik, konsumen dapat melakukan transaksi lintas negara yang bersifat borderless atau tanpa batas. Karena transaksi *e-commerce* tanpa ada batas negara, maka penjabaran dan pelaksanaan serta pengawasan hak-hak tersebut di dalam hukum nasional masing-masing negara (Abdul Halim Barkatullah, 2007:257). Namun Perlindungan konsumen pada transaksi *online* yang bersifat lintas batas negara terdapat ketidakjelasan yurisdiksi hukum yang digunakan untuk penyelesaian sengketa antara menggunakan yurisdiksi hukum negara dari konsumen atau dari pelaku usaha.

7. Aturan Hukum Perlindungan Konsumen O2O Atas Pelaksanaan *Pop-Up Store* yang Belum Ada.

Pemerintah bertugas memberikan rasa aman dan tertib di dalam masyarakat menjalankan kehidupan sosial, ekonomi, pengembangan kebudayaan dan lain sebagainya demi mencapai kemakmuran dan kesejahteraan. (Herman, 2019:2) Berdasarkan aturan hukumnya, fenomena *Pop-Up Store* belum memiliki ketentuan perundangan atau ketentuan pelaksanaan yang mengatur. Keberadaan *Pop-Up Store* ini didasari oleh konsep bisnis O2O dimana pelaku usaha yang sebelumnya berbasis *online* kini bisa membuka toko fisiknya secara sementara dengan mudah, murah, cepat dan bebas. Hal tersebut disambut bahagia oleh beberapa konsumen namun justru terdapat kekhawatiran tersendiri atas itikad baik dari pelaku usaha hal tersebut karena *Pop-Up Store* selain menjadi media perdagangan yang baru, juga bisa menjadi media bagi pelaku usaha yang ingin memanfaatkan situasi untuk meraup keuntungan besar-besaran dengan cara yang licik dengan bersembunyi dari balik *embel-embel* diskon dan *flash sale*.

D. Simpulan

Problemaitika normatif hukum yaitu Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan; Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha; Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi (iklan yang menyesatkan); Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*; Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang; Transaksi yang bersifat lintas batas negara borderless; serta belum adanya aturan perundangan atau aturan pelaksana yang mengatur bisnis O2O seperti *Pop-Up Store*.

E. Saran

Kepada Pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan perlu menyelaraskan unsur-unsur didalam UUPK, UUPerdagangan dan PP PMSE. Pemerintah dan Lembaga perlindungan konsumen juga perlu untuk lebih responsif menangani pelanggaran perlindungan konsumen dan tegas dalam menindaklanjuti pelanggaran perlindungan konsumen. Pemerintah masih perlu untuk terus meningkatkan pemahaman kepada konsumen mengenai delik aduan konsumen melalui sosialisasi perlindungan konsumen.

F. Daftar Pustaka

Buku

Satjipto Raharjo. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Jurnal

Abdul Halim Barkatullah. 2007. "Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen dalam Transaksi Di E-Commerce". *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*. No. 2 Vol. 14 April. Yogyakarta: Departement of Law Universitas Islam Indonesia

Desy Ary Setyawati, Dahlan, M. Nur Rasyid. 2017. "Perlindungan bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik". *Syiah Kuala Law Journal*: Vol. 1, No.3 Desember. Aceh: Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala.

Eirra Pane. 2007. "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam". *Pranata Hukum* Vol. 2 No. 1 – Januari. Lampung: Pascasarjana Universitas Bandar Lampung.

- Handy Awaludin P. 2015. "Analisa Perlindungan Hak Cipta di Jaringan Internet Menurut Undang-Undang No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta". *Jurnal Lex Privatum*. Vol 3 No 1. Manado: Bagian Keperdataan Universitas Sam Ratulangi
- Herman. 2019. "Bestuurszorg Pemerintah dalam Negara Hukum Indonesia". *Jurnal Esensi Hukum* Vol. 1 No.1. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Sari, Chacha Andira. 2015. "Perilaku Berbelanja *Online* di Kalangan Mahasiswi Antropologi di Universitas Airlangga". *Jurnal AntroUnairDotNet*: Vol. 4 No. 2. Surabaya: Universitas Airlangga.

Desertasi

- Inosentius Samsul. 2004. *Perlindungan Konsumen (Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak)*. Universitas Indonesia. Jakarta: Fakultas Hukum Pascasarjana.

Situs Internet

- Tedy. 2020. Pesanan Shopee yang diterima Tak Sesuai, Proses Retur Mengecewakan <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4998707/pesanan-shopee-yang-diterima-tak-sesuai-proses-retur-mengecewakan> Diakses pada tanggal 31 Maret 2021 pukul 12.56 WIB.