

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS KETIDAKSESUAIAN BARANG DENGAN DESKRIPSI DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* DI INDONESIA

Kian Fung¹, Poltak Maruli Immanuel², Deni Firwandi³, Tonizar Lumbanbatu⁴, Paltiada Saragi⁵

¹ PT. Indah Cahaya Terang, Indonesia. E-mail: wkb242@gmail.com

² PT. Indah Cahaya Terang, Indonesia. E-mail: noelqltm@gmail.com

³ PT. Indah Cahaya Terang, Indonesia. E-mail: firwandi@gmail.com

⁴ PT. Indah Cahaya Terang, Indonesia. E-mail : tonizar.lumbanbatu@gmail.com

⁵ Faculty of Law, Universitas Kristen Indonesia, Indonesia. E-mail: psaraqi@gmail.com

Abstract: The development of electronic commerce has shifted consumer transactions from conventional markets to digital markets characterized by the absence of physical encounters between the parties and the consumer's dependence on information presented by business actors. This characteristic creates an information asymmetry that places consumers in a weak bargaining position, manifested, among others, in the receipt of goods that do not conform to their description. This study examines two issues: the forms of legal protection available to consumers who receive non-conforming goods in e-commerce transactions, and the construction of business actors' liability for consumer losses. Employing normative legal research with statutory and conceptual approaches, the study finds that legal protection is available preventively through the regulation of the consumer's right to truthful, clear, and honest information together with the obligations and prohibitions imposed on business actors, and repressively through compensation mechanisms and dispute resolution both in and out of court. A product description constitutes part of the contract, so that non-conformity may be construed as a breach of contract, and where misleading information is involved, as an unlawful act. Business actors' liability follows the principle of presumption of liability with a reversed burden of proof, yet remains limited by the principle of balance and the consumer's duty of good faith, rendering such liability proportional rather than absolute.

Keywords: *Consumer Protection; E-Commerce; Business Actor Liability; Breach of Contract; Misleading Information.*

How to Site: Kian Fung, Poltak Maruli Immanuel, Deni Firwandi, Tonizar Lumbanbatu, Paltiada Saragi. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidakesesuaian Barang Dengan Deskripsi Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Honeste Vivere*, 36 (2), pp. 152-162. DOI. 10.55809/hv.v36i2.714

Introduction

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi cara masyarakat melakukan transaksi ekonomi. Perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) tumbuh menjadi salah satu penopang utama ekonomi digital nasional, ditandai oleh terbentuknya kesepakatan tanpa kehadiran fisik para pihak, di mana penawaran, penerimaan, hingga pembayaran berlangsung melalui sistem elektronik dan

dituangkan dalam kontrak elektronik yang diakui keabsahannya oleh hukum positif.¹ Efisiensi yang ditawarkan model transaksi demikian tidak dapat disangkal; namun pada saat yang sama, ia melahirkan persoalan hukum yang khas dan tidak dikenal dalam transaksi konvensional.

Persoalan yang paling menonjol bersumber dari karakter transaksi jarak jauh itu sendiri. Konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa barang secara fisik sebelum kesepakatan tercapai; keputusan untuk membeli sepenuhnya disandarkan pada foto, video, dan deskripsi tertulis yang disusun secara sepihak oleh pelaku usaha. Kondisi ini melahirkan asimetri informasi: pelaku usaha menguasai seluruh informasi mengenai keadaan barang yang sesungguhnya, sedangkan konsumen hanya dapat menerima informasi tersebut sebagaimana disajikan.² Tidak mengherankan apabila keluhan yang paling sering muncul dalam praktik adalah diterimanya barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, baik berupa kualitas yang lebih rendah, ukuran atau warna yang berbeda, maupun barang yang sama sekali berlainan dengan yang diperjanjikan.

Secara doktrinal, kedudukan konsumen memang dipahami lebih lemah daripada pelaku usaha, baik dari segi ekonomi, pengetahuan, maupun akses terhadap informasi, sehingga hukum perlu hadir untuk mengoreksi ketimpangan tersebut.³ Az. Nasution mengartikan hukum perlindungan konsumen sebagai bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat melindungi kepentingan konsumen.⁴ Sejalan dengan itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dibangun bukan untuk mematikan usaha, melainkan untuk menciptakan sistem perlindungan yang mengandung kepastian hukum dan keseimbangan kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha.⁵

Persoalan akademiknya terletak pada kenyataan bahwa UUPK lahir pada tahun 1999, jauh sebelum transaksi elektronik berkembang seperti sekarang. Penerapannya terhadap sengketa ketidaksesuaian barang dalam e-commerce menuntut konstruksi hukum yang cermat: bagaimana kedudukan deskripsi produk dalam hubungan kontraktual para pihak; bentuk perlindungan apa yang tersedia bagi konsumen; serta bagaimana tanggung jawab pelaku usaha didistribusikan secara adil, termasuk batas-batasnya, agar perlindungan konsumen tidak berubah menjadi sumber ketidakpastian bagi dunia usaha. Kajian ini diperlukan bukan karena adanya kekosongan hukum,

¹Edmon Makarim, Pengantar Hukum Telematika: Suatu Kompilasi Kajian (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 225.

²Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 21.

³Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, ed. revisi (Jakarta: Grasindo, 2006), hlm. 11.

⁴Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 22.

⁵Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hlm. 1; bandingkan Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Hukum tentang Perlindungan Konsumen (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 17.

melainkan untuk menata koherensi antara Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), UUPK, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menerima barang tidak sesuai deskripsi dalam transaksi e-commerce, serta bagaimana konstruksi tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat ketidaksesuaian barang yang diperdagangkan secara elektronik?

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, yaitu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.⁶ Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (statute approach) dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang relevan, dan pendekatan konseptual (conceptual approach) dengan beranjak dari doktrin dan asas-asas hukum perjanjian serta hukum perlindungan konsumen.

Bahan hukum primer terdiri atas Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, KUH Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Bahan hukum sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian di bidang hukum perlindungan konsumen dan hukum telematika.⁷ Seluruh bahan hukum dianalisis secara preskriptif-kualitatif untuk membangun argumentasi hukum atas isu yang diteliti.

Discussion

Kedudukan Deskripsi Produk dalam Hubungan Kontraktual Transaksi E-Commerce

Jual beli pada hakikatnya adalah perjanjian konsensual yang lahir pada detik tercapainya kata sepakat mengenai barang dan harga, sekalipun barang belum diserahkan dan harga belum dibayar, sebagaimana tersirat dari Pasal 1458 KUH Perdata.⁸ Dalam transaksi e-commerce, kesepakatan tersebut dimanifestasikan melalui kontrak elektronik. Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.⁹

⁶Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, ed. revisi (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 35.

⁷Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 13–14.

⁸Subekti, Aneka Perjanjian (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), hlm. 2.

⁹Edmon Makarim, Op.Cit., hlm. 246.

Keabsahannya tetap diuji dengan syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata, dan perjanjian yang sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sebagaimana dimaksud Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata.¹⁰

Pertanyaan yuridis yang fundamental adalah apakah deskripsi produk semata-mata merupakan sarana promosi yang tidak mengikat, ataukah bagian dari penawaran yang terintegrasi ke dalam isi perjanjian. Terhadap pertanyaan ini dapat diargumentasikan bahwa dalam transaksi elektronik, deskripsi adalah satu-satunya representasi barang yang tersedia bagi konsumen; kesepakatan konsumen justru diberikan terhadap barang sebagaimana dideskripsikan, bukan terhadap barang yang pernah dilihat atau diperiksanya secara langsung. Dengan demikian, deskripsi produk terserap menjadi bagian dari kesepakatan dan mengikat pelaku usaha sebagai ukuran prestasi yang wajib dipenuhinya. Informasi yang disajikan pelaku usaha merupakan dasar pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan, sehingga ketidaksesuaian antara informasi dan kenyataan tidak dapat direduksi sekadar sebagai persoalan etika dagang.¹¹

Konstruksi tersebut diperkuat oleh KUH Perdata sendiri. Pasal 1473 KUH Perdata mewajibkan penjual menyatakan dengan jelas untuk apa ia mengikatkan dirinya, dan janji yang tidak jelas ditafsirkan untuk kerugian penjual. Selanjutnya, Pasal 1491 KUH Perdata membebaskan kepada penjual kewajiban menanggung penguasaan barang secara aman dan tiadanya cacat tersembunyi. Dalam transaksi daring, seluruh keadaan barang pada hakikatnya “tersembunyi” dari konsumen sampai barang diterima; karenanya, jaminan penjual atas kesesuaian barang dengan deskripsi merupakan konsekuensi logis dari Pasal 1491 jo. Pasal 1504 KUH Perdata yang ditransposisikan ke dalam konteks elektronik.¹²

Perkembangan ini sekaligus mencerminkan pergeseran paradigma dari caveat emptor (pembeli harus berhati-hati) menuju caveat venditor (penjual harus berhati-hati): karena penguasaan informasi berada di tangan penjual, beban kehati-hatian dan kejujuran informasi pun berpindah kepadanya.¹³ Atas dasar itu dapat ditegaskan bahwa deskripsi produk dalam transaksi e-commerce berkedudukan sebagai janji kontraktual, bukan sekadar materi iklan yang bebas nilai.

Bentuk Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Menerima Barang Tidak Sesuai Deskripsi

Mengikuti kerangka teoretik Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi perlindungan hukum preventif, yang bertujuan mencegah terjadinya sengketa, dan perlindungan hukum represif, yang bertujuan menyelesaikan sengketa yang telah

¹⁰Mariam Darus Badruzaman, KUH Perdata Buku III: Hukum Perikatan dengan Penjelasan (Bandung: Alumni, 2011), hlm. 89.

¹¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Op.Cit., hlm. 65.

¹²Subekti, Op.Cit., hlm. 17–20.

¹³Shidarta, Op.Cit., hlm. 61.

terjadi.¹⁴ Kerangka ini berguna untuk memetakan instrumen perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik secara sistematis.

Pada ranah preventif, UUPK meletakkan fondasi melalui pengakuan hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa,¹⁵ yang berkorelasi dengan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tersebut.¹⁶ Fondasi ini dipertegas dengan norma larangan: Pasal 8 ayat (1) UUPK melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang.

Bagi pelaku usaha dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8 dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

¹⁴Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 2.

¹⁵Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf c.

¹⁶Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7 huruf b.

- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Sedangkan Pasal 9 dan Pasal 10 UUPK melarang penawaran, promosi, dan pengiklanan barang secara tidak benar atau menyesatkan.¹⁷ Dalam lingkup khusus transaksi elektronik, Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mewajibkan pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan,¹⁸ dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mewajibkan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik untuk antara lain mematuhi ketentuan perlindungan konsumen dan beritikad baik.¹⁹

Masih dalam ranah preventif, praktik industri telah melahirkan instrumen perlindungan berbasis kontrak dan teknologi, seperti fitur pengembalian barang (return), pengembalian dana (refund), penahanan pembayaran melalui rekening bersama (escrow), serta sistem ulasan dan penilaian penjual. Instrumen-instrumen ini patut diapresiasi sebagai perlindungan privat yang efektif menekan sengketa; namun secara yuridis kedudukannya bersifat komplementer. Ia melengkapi, dan tidak dapat menggantikan apalagi mengurangi, hak-hak konsumen yang bersumber dari undang-undang, sehingga klausul atau kebijakan platform yang membatasi hak gugat konsumen harus dipandang tidak mengikat sepanjang bertentangan dengan UUPK.

Pada ranah represif, konsumen yang menerima barang tidak sesuai deskripsi memiliki hak atas ganti kerugian berdasarkan Pasal 19 UUPK dan dapat menempuh penyelesaian sengketa melalui jalur di luar pengadilan maupun melalui pengadilan sebagaimana dibuka oleh Pasal 45 UUPK. Penyelesaian di luar pengadilan dapat ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dirancang sebagai forum yang sederhana, cepat, dan murah, di samping mekanisme pengaduan internal platform yang dalam praktiknya berfungsi sebagai penyelesaian sengketa daring.²⁰ Ketersediaan jalur berlapis ini menunjukkan bahwa secara normatif perlindungan represif telah cukup tersedia; persoalan yang sesungguhnya berada pada tataran efektivitas dan aksesibilitas bagi konsumen dengan nilai sengketa kecil.

Konstruksi Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian Konsumen

¹⁷Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 41.

¹⁸Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 9.

¹⁹Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 26.

²⁰Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 143.

Secara keperdataan, terdapat dua dasar gugatan yang dapat dikonstruksikan. Pertama, wanprestasi: karena deskripsi produk merupakan bagian dari isi perjanjian, penyerahan barang yang tidak sesuai deskripsi berarti debitur memenuhi prestasi tetapi tidak sebagaimana mestinya, sehingga menimbulkan hak kreditur atas ganti rugi berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata, di samping kemungkinan menuntut pembatalan perjanjian berdasarkan Pasal 1266 KUH Perdata.²¹ Kedua, perbuatan melawan hukum: apabila ketidaksesuaian itu berakar pada penyajian informasi yang sejak semula tidak benar atau menyesatkan, perbuatan pelaku usaha dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran terhadap kewajiban hukum untuk memberikan informasi yang benar, sehingga memenuhi unsur Pasal 1365 KUH Perdata.²² Bahkan, dalam derajat tertentu, penyebaran berita atau informasi bohong yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen dalam transaksi elektronik dapat bersinggungan dengan ranah pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024.

UUPK kemudian mengkonkretkan tanggung jawab tersebut. Pasal 19 UUPK mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang yang diperdagangkan, yang dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya, dengan tenggang waktu pelaksanaan tujuh hari setelah tanggal transaksi; pemberian ganti rugi demikian tidak menghapuskan kemungkinan tuntutan pidana apabila terbukti adanya unsur kesalahan.²³

Dari sudut prinsip, hukum perlindungan konsumen Indonesia condong menganut prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*): pelaku usaha dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan sebaliknya.²⁴ Prinsip ini dioperasionalkan melalui sistem pembuktian terbalik dalam Pasal 22 dan Pasal 28 UUPK yang membebaskan pembuktian ada atau tidaknya unsur kesalahan kepada pelaku usaha.²⁵ Rasionalitasnya jelas: penguasaan informasi, dokumen, dan alat bukti mengenai keadaan barang berada di tangan pelaku usaha, sehingga adil apabila konsumen cukup membuktikan adanya kerugian dan hubungan kausalnya dengan barang yang diterima.

Dalam ekosistem e-commerce, distribusi tanggung jawab menuntut pembedaan antara pedagang (*merchant*) dan penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (*platform* atau *lokapasar*). Tanggung jawab kontraktual atas kesesuaian barang pada dasarnya melekat pada pedagang selaku pihak dalam perjanjian jual beli. Namun platform tidak sepenuhnya imun: sebagai penyelenggara sistem elektronik, ia wajib menyelenggarakan sistem secara andal, aman, dan bertanggung jawab, serta dibebani kewajiban menindaklanjuti pengaduan konsumen menurut peraturan perundang-undangan di bidang perdagangan melalui sistem elektronik. Doktrin *safe harbour* memang membatasi tanggung jawab platform atas dagangan pihak ketiga, tetapi

²¹Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2005), hlm. 45.

²²Rosa Agustina, *Perbuatan Melawan Hukum* (Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003), hlm. 117.

²³Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm. 125–127.

²⁴Shidarta, *Op.Cit.*, hlm. 72–79.

²⁵Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 22 jo. Pasal 28.

pembatasan itu bersyarat: platform yang telah mengetahui adanya pelanggaran berulang oleh pedagang tertentu namun membiarkannya, dapat dipandang turut menciptakan keadaan yang merugikan konsumen dan karenanya dapat dimintai tanggung jawab atas kelalaiannya sendiri.²⁶

Menimbang Kepentingan Pelaku Usaha: Batas-Batas Tanggung Jawab dan Asas Keseimbangan

Argumentasi perlindungan konsumen akan kehilangan legitimasinya apabila dibaca sebagai pemihakan absolut. UUPK sendiri meletakkan asas keseimbangan sebagai salah satu asas penyelenggaraan perlindungan konsumen, yang menghendaki keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.²⁷ Oleh karena itu, secara akademik perlu pula ditimbang argumen-argumen dari sisi pelaku usaha.

Pertama, tidak setiap ketidakpuasan konsumen identik dengan ketidaksesuaian barang. Perbedaan persepsi warna akibat kalibrasi layar perangkat, ekspektasi subjektif yang melampaui apa yang dideskripsikan, atau penyimpangan yang bersifat immateriel terhadap barang yang tetap sesuai fungsi dan spesifikasi pokoknya, tidak sepatutnya dikualifikasikan sebagai pelanggaran. Tolok ukur yang dapat ditawarkan adalah ukuran objektif: apakah deskripsi tersebut, apabila dibaca oleh konsumen yang rasional dan cermat, menimbulkan pemahaman yang keliru mengenai sifat-sifat pokok barang. Tanpa tolok ukur demikian, pelaku usaha akan dihadapkan pada standar yang tidak mungkin dipenuhi.

Kedua, hukum positif sendiri menyediakan katup pengaman bagi pelaku usaha. Pasal 19 ayat (5) UUPK membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawab apabila ia dapat membuktikan bahwa kesalahan terletak pada konsumen,²⁸ misalnya kekeliruan konsumen sendiri dalam memilih varian, ukuran, atau jumlah, padahal informasi telah disajikan secara benar dan jelas. Ketentuan ini menegaskan bahwa pembuktian terbalik bukanlah tanggung jawab mutlak (*strict liability*), melainkan praduga yang dapat ditumbangkan.

Ketiga, konsumen pun bukan subjek yang bebas kewajiban. Pasal 5 UUPK membebankan kepada konsumen kewajiban beritikad baik dalam melakukan transaksi, termasuk membaca dan mengikuti informasi serta prosedur yang tersedia.²⁹ Fenomena penyalahgunaan fitur pengembalian dana oleh konsumen yang beritikad buruk, misalnya dengan menukar barang asli dengan barang lain lalu mengklaim ketidaksesuaian, memperlihatkan bahwa perlindungan yang berlebihan tanpa filter justru melahirkan bahaya moral (*moral hazard*) yang merugikan pelaku usaha jujur, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah yang daya tahannya terbatas.

²⁶Edmon Makarim, *Op.Cit.*, hlm. 367.

²⁷Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2; lihat pula Janus Sidabalok, *Op.Cit.*, hlm. 26.

²⁸Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 ayat (5).

²⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm. 47.

Sintesis dari pertimbangan-pertimbangan di atas adalah konstruksi tanggung jawab yang proporsional. Konsumen dibebani pembuktian adanya kerugian dan ketidaksesuaian yang objektif; pelaku usaha diberi kesempatan membela diri dengan membuktikan kebenaran deskripsinya atau kesalahan konsumen; dan kedua belah pihak sama-sama terikat pada kewajiban melaksanakan perjanjian dengan itikad baik sebagaimana diperintahkan Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata.³⁰ Dengan konstruksi demikian, hukum perlindungan konsumen menjalankan fungsi korektifnya terhadap asimetri informasi tanpa mengorbankan kepastian hukum bagi kegiatan usaha yang sah.

³⁰Mariam Darus Badruzaman, Op.Cit., hlm. 108.

Kesimpulan

Perlindungan hukum bagi konsumen yang menerima barang tidak sesuai deskripsi dalam transaksi e-commerce tersedia secara berlapis. Secara preventif, perlindungan diwujudkan melalui pengakuan hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, kewajiban dan larangan bagi pelaku usaha dalam UUPK, kewajiban penyediaan informasi yang lengkap dan benar dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta kewajiban kepatuhan pada hukum perlindungan konsumen dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, ditambah instrumen privat platform yang bersifat komplementer. Secara represif, perlindungan diwujudkan melalui hak atas ganti kerugian serta jalur penyelesaian sengketa di dalam dan di luar pengadilan, termasuk melalui BPSK. Deskripsi produk berkedudukan sebagai janji kontraktual yang terserap ke dalam isi perjanjian, sejalan dengan pergeseran paradigma dari caveat emptor menuju caveat venditor. Tanggung jawab pelaku usaha dapat dikonstruksikan melalui wanprestasi, karena ketidaksesuaian barang dengan deskripsi merupakan pemenuhan prestasi yang tidak sebagaimana mestinya, maupun melalui perbuatan melawan hukum apabila terdapat informasi yang sejak semula tidak benar atau menyesatkan. Pasal 19 UUPK mengkonkretkan tanggung jawab tersebut dalam bentuk ganti kerugian, dengan prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab dan beban pembuktian terbalik pada pelaku usaha. Namun tanggung jawab itu tidak bersifat absolut: ia dibatasi oleh pembelaan berdasarkan Pasal 19 ayat (5) UUPK, kewajiban itikad baik konsumen, dan asas keseimbangan, sehingga yang dianut adalah tanggung jawab yang proporsional.

Saran

Pertama, pemerintah perlu memperkuat pengawasan terhadap perdagangan melalui sistem elektronik dan mempertimbangkan pembaruan UUPK agar lebih responsif terhadap karakteristik transaksi digital, termasuk pelembagaan penyelesaian sengketa konsumen secara daring yang murah dan cepat untuk sengketa bernilai kecil. Kedua, penyelenggara platform perlu memperketat verifikasi pedagang, menstandarisasi format deskripsi produk atas sifat-sifat pokok barang, dan menindak pedagang yang terbukti melakukan pelanggaran berulang, sebab pembiaran berpotensi menggeser tanggung jawab kepada platform itu sendiri. Ketiga, edukasi hukum bagi konsumen perlu ditingkatkan agar konsumen memahami hak-haknya sekaligus melaksanakan kewajibannya untuk bertransaksi dengan itikad baik, sehingga keseimbangan yang menjadi asas perlindungan konsumen dapat diwujudkan dalam praktik.

Daftar Pustaka

- Agustina, Rosa. Perbuatan Melawan Hukum. Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003.
- Badruzaman, Mariam Darus. KUH Perdata Buku III: Hukum Perikatan dengan Penjelasan. Bandung: Alumni, 2011.
- Hadjon, Philipus M. Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia. Surabaya: Bina Ilmu, 1987
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Makarim, Edmon. Pengantar Hukum Telematika: Suatu Kompilasi Kajian. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005.
- Marzuki, Peter Mahmud. Penelitian Hukum. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, 2017.
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Nasution, Az. Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Shidarta. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Edisi Revisi. Jakarta: Grasindo, 2006.
- Sidabalok, Janus. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Subekti. Aneka Perjanjian. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995.
- Subekti. Hukum Perjanjian. Jakarta: Intermasa, 2005.
- Widjaja, Gunawan, dan Ahmad Yani. Hukum tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Zulham. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana, 2013.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek).
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.