

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMBELIAN PRODUK GADGET DENGAN KESALAHAN HARGA PADA PLATFORM E-COMMERCE (STUDI KASUS : PT XYZ)

Naufal Lestama Putra

Fakultas Hukum, Prodi Pascasarjana, Universitas Indonesia,
Jl. Salemba Raya No.4, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, Indonesia, 10430
lestama.naufal@gmail.com

Abstract

In this era of development, we will not be separated from transactions through e-commerce platforms. In Indonesia, the development of e-commerce is quite amazing and has changed the culture of shopping. Everything can be found on e-commerce platforms, including gadgets. But along the way, many strange things are found in e-commerce platforms, one of which is the mispricing of a product. In this study, the author will discuss the legal protection of consumers who buy gadget products at the wrong price on e-commerce platforms and its effect on e-commerce businesses. This research tries to look at consumer protection from the perspective of Law No. 8 Year 1999 on Consumer Protection. However, this law does not concretely regulate consumer rights in e-commerce transactions and the weak position of consumers makes it difficult for consumers to sue the e-commerce party.

Keywords : *Consumer protection, e-commerce transactions, mispricing*

Abstrak

Di era perkembangan zaman seperti saat ini, maka kita tidak akan terlepas dari transaksi melalui *platform* e-commerce. Di Indonesia sendiri, perkembangan e-commerce memang cukup menakjubkan dan merubah budaya belanja masyarakat. Segala hal bisa ditemukan pada *platform* e-commerce, termasuk gadget. Tapi dalam perjalanannya, banyak hal yang aneh ditemukan dalam *platform* e-commerce, salah satunya adalah kesalahan pemberian harga pada suatu produk. Dalam penelitian ini, penulis akan membahas terkait dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang membeli produk gadget dengan harga yang salah pada *platform* e-commerce dan pengaruhnya pada bisnis e-commerce. Penelitian ini mencoba melihat perlindungan konsumen dari sudut pandang Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, undang-undang ini tidak secara konkret mengatur hak-hak konsumen pada transaksi di e-commerce serta kedudukan konsumen yang lemah membuat konsumen sulit menggugat pihak e-commerce tersebut.

Kata Kunci : *Perlindungan konsumen, transaksi e-commerce, kesalahan harga*

Pendahuluan

Di era perkembangan teknologi seperti saat ini, telah merangsak ke sendi-sendi kehidupan Masyarakat, termasuk merubah budaya masyarakat dalam berbelanja yang awalnya bertemu langsung, menjadi melalui *online*. Kehadiran internet pada era saat ini telah mendorong masyarakat untuk kegiatan melakukan kegiatan jual beli tanpa bertatap muka secara langsung. Kecepatan, mudah, serta biaya operasional yang murah mendorong masyarakat memakai *platform online* ini. (Imam Sja Putra, 2002)

Dengan adanya jaringan internet, jarak dan waktu tidak akan menjadi hambatan, terutama dalam kegiatan jual beli. Kemudahan

yang ditawarkan oleh *platform e-commerce* ini memang merubah mindset Masyarakat Indonesia untuk bersikap lebih konsumtif, meskipun apabila kita telaah kedudukan konsumen dalam transaksi online ini relatif lebih lemah. Betul, dalam kegiatan perdagangan, produsen, distributor dan konsumen merupakan pihak yang tidak dapat dipisahkan. Dapat dikatakan bahwa konsumen merupakan objek dari perdagangan (I Made Dwija Di Putra, 2018). Dalam system perdagangan melalui internet, telah berkembang system bisnis secara virtual, seperti *virtual store* dan *virtual company*. Pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangan melalui media internet dan tidak lagi

mengandalkan bisnis konvensional yang mengharuskan adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli (Muhammad Khadafi, 2016).

Namun, perkembangan teknologi dalam dunia perdagangan tidak selalu memberikan dampak positif. Banyak sekali kejadian-kejadian kurang mengenakan yang menimpa konsumen saat berbelanja di platform *e-commerce*, dari penipuan hingga kesalahan harga yang ditetapkan oleh pihak *e-commerce* yang pastinya sangat merugikan konsumen secara keseluruhan. Dalam konteks pembicaraan hukum dan teknologi, konsep perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektif di tengah masyarakat (Edmon Makarim, 2005).

Menurut Lowe, hukum perlindungan konsumen dan hukum konsumen pada hakikatnya diartikan sama, yaitu *Rule of law which recognize the bargaining weakness of individual consumer and which ensure that weakness is not unfairly exploited* (Lowe, 1983). Menurut Az. Nasution (2002), Hukum Perlindungan Konsumen adalah “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyedia penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat” (Az. Nasution, 2002).

Apabila dilihat pada Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 10, Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa. Posisi lemah dari konsumen pun, dimanfaatkan pihak *e-commerce* untuk melakukan penagihan sisa kekurangan pembayaran yang konsumen tidak paham apa yang sebenarnya terjadi. Dalam kasus ini, PT XYZ merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia telah menjual produk iPad Pro 11 1 TB dengan salah mencantumkan harga, yaitu senilai Rp 4.998.000. Seharusnya produk tersebut dijual dengan harga Rp 28.998.000. Dengan harga tersebut, banyak orang yang akhirnya membeli produk tersebut tanpa berpikir kalau hal tersebut terdapat kesalahan pencantuman

harga oleh *Official Store* dari *e-commerce* tersebut. Dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik mengangkat masalah sebagai berikut : (1) Bagaimana bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha atas kesalahannya mencantumkan harga produk pada platform *e-commerce*? (2) Bagaimana bentuk perlindungan hukum kepada konsumen yang sudah membeli produk dengan harga yang salah?

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti terkait dengan topik ini adalah yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris yaitu penelitian yang didasarkan dengan fakta yang ada di lapangan, dengan mengaitkan pada aturan hukum yang berlaku. Dalam menganalisis kasus ini, peneliti mencoba memadukan antara bahan-bahan hukum sekunder dengan data primer yang diperoleh dari penyedia layanan *e-commerce* PT XYZ dan informasi dari pihak Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU).

Bahan hukum yang digunakan pada penelitian ini, berupa bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan terkait dengan objek penelitian, yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;

Bahan hukum sekunder, yaitu meliputi buku, jurnal, dan artikel terkait dengan Tanggung Jawab pelaku usaha dan Perlindungan Konsumen bagi customer *e-commerce*.

Penelitian ini dimulai pada bulan Mei 2024 dan berakhir pada Juni 2024 yang bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum kepada pembeli produk *gadget* melalui platform *e-commerce* dengan kesalahan pencantuman harga.

Hasil Pembahasan

Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kesalahan Pencantuman Harga Pada Platform E-commerce

Sejatinya terkait dengan pemberian dan pencantuman harga pada platform *e-commerce* merupakan hak dan tanggung jawab dari pihak *e-commerce* beserta pelapak (*seller*) yang menjadi mitra dari *e-commerce* tersebut. Pemberian harga produk juga dapat

dikatan sebagai bentuk pemenuhan prestasi antara *e-commerce* atau seller dengan konsumen, hal ini dapat di jawalihat pada Syarat dan Ketentuan yang ada saat konsumen melakukan *checkout*. Menurut Pasal 16 Undang-Undang No. 8 tahun 1999, Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pelaku usaha seharusnya menjadi gambaran bahwa pentingnya kesadaran dari pelaku usaha untuk mengolah produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar menciptakan kesejahteraan bagi para pihak (Kristania Montolalu, 2023). Dalam hal sengketa kesalahan pencantuman harga ini, pelaku usaha *e-commerce* PT. XYZ ini sejatinya memberikan pilihan kepada konsumen yaitu berupa pengembalian produk dengan refund dana sesuai dengan yang dibayarkan, ataupun konsumen membayarkan sisa kekurangan harga dari produk iPad tersebut. Namun langkah yang diambil oleh platform *e-commerce* tersebut telah menyalahi aturan yang mereka buat sendiri.

Apabila di lihat dari Syarat & Ketentuan yang mencantumkan harga yang tercantum adalah benar dan konsumen otomatis setuju dengan syarat dan ketentuan tersebut sesaat konsumen klik tombol "*checkout*". Artinya konsumen pun dihadapkan pada klausula baku yang dibuat oleh perusahaan terkait dengan pencantuman harga produk. Apabila terjadi kesalahan pencantuman harga, seharusnya merupakan kelalaian pihak *e-commerce* dan konsumen tidak seharusnya dilibatkan dalam proses pertanggungjawaban tersebut, karena konsumen pun telah menyetujui klausula baku yang telah ditetapkan oleh PT XYZ tersebut.

Sebenarnya, Perlindungan bagi konsumen transaksi online berlaku sejak saat kesepakatan dinyatakan, yaitu pada saat perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha mulai ada (lahir) (Enni Soerjati P., 2014).

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum dalam bentuk undang-undang khusus (UU, PP) yang bersifat umum dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian khusus yang dibuat oleh para pihak. Bentuknya berupa substansi atau isi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha, seperti ketentuan mengenai ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa penyelesaian sengketa, dan sebagainya (Rahmat Bijak S, 2022).

Terkait dengan kasus kesalahan pencantuman harga oleh PT XYZ ini, tanggung jawab bukan lagi masalah kerugian material yang dialami oleh konsumen, namun lebih mengarah kepada tanggung jawab moral bagi pelaku usaha. Tanggung jawab moral pelaku usaha ini perlu dilakukan oleh PT XYZ karena banyak konsumen yang merasa terganggu harus di telepon dan di email oleh tim internal dari PT XYZ tersebut.

Berdasarkan informasi dari tim internal *Customer Management* PT XYZ, jumlah konsumen yang terdampak dari kesalahan pencantuman harga sebesar 97 konsumen dengan nilai kerugian sebesar Rp 15 Miliar. Dengan kerugian sebesar itu, PT XYZ berusaha memberikan solusi berupa pengembalian produk atau membayar sisa kekurangan dana.

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Sudah Membeli Produk Gadget Dengan Kesalahan Harga

Perlindungan konsumen selalu akan bersinggungan dengan dunia perdagangan secara daring. Secara umum, kegiatan ekonomi terdiri dari kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi, dimana ketiga kegiatan tersebut akan terus berkaitan dan akan membentuk suatu siklus kegiatan ekonomi (Luh Widya Saraswati, 2022).

Dalam ekonomi digital, konsumen memiliki beberapa keuntungan seperti akses yang cepat untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun, banyak pilihan jenis produk yang berbeda dengan membandingkan harga dengan cepat sedangkan bagi penjual dapat membuat rantai perdagangan lebih efisien karena biaya untuk pemasaran dan promosi yang lebih rendah dan dapat memperluas pasar lebih cepat. Menurut laporan OECD ada

beberapa keuntungan era ekonomi digital bagi konsumen, yaitu sebagai berikut : (Sinta Dewi Rosadi, 2018)

- a. Jaringan digital dan infrastruktur komunikasi menyediakan platform global dan menghasilkan barang berkualitas lebih tinggi dan layanan yang lebih baik;
- b. Barang yang lebih tinggi dan layanan yang lebih baik ditawarkan dengan menggunakan mekanisme ICT karena produk dapat dipesan, dilihat dan dipilih terlebih dahulu dan persaingan antar pemain akan semakin tajam dengan perluasan sistem rating sehingga bisnis akan selalu beradaptasi dan mengubah model untuk untuk mendapatkan konsumen baru sebanyak mungkin;
- c. Konsumen dengan memanfaatkan teknologi lebih mudah dalam mendapatkan layanan dan dapat memilih platform mana yang dibutuhkan;
- d. Konsumen dapat lebih mudah memilih produk yang tersedia dan dapat diakses secara global;
- e. Hubungan antara penyedia layanan dan konsumen lebih bersifat personal.

Dalam kasus pembelian produk gadget dengan kesalahan harga pada platform online milik PT XYZ ini, konsumen memiliki hak untuk menolak solusi yang diberikan oleh pelaku usaha, yaitu berupa pengembalian produk ataupun membayar sisa pembayaran. Karena pada saat konsumen melakukan *checkout* produk tersebut terdapat klausula bahwa antara pihak konsumen dan pelaku usaha sepakat dengan pemberian harga tersebut.

Hak konsumen ini sejalan dengan yang tercantum di dalam pasal 4 huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana konsumen memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Pelaku usaha dinilai tidak memberikan solusi sengketa ini dengan tidak patut, berorientasi pada pengurangan kerugian, serta merugikan hak-hak konsumen.

Dalam kasus ini, sebenarnya secara garis besar merupakan kesalahan dan kelalaian dari pihak PT XYZ, karena pemberian dan pencantuman harga merupakan kewenangan

dari pihak PT XYZ. Konsumen sebagai pihak yang tidak mengerti apa yang sebenarnya terjadi di balik kasus ini pun tidak ada kesalahan, karena harga yang tercantum tidak ada sangkut pautnya dengan konsumen dan ternyata produk iPad tersebut dapat di beli.

Apabila pelaku usaha paham terkait dengan ilmu ekonomi, baik mikro maupun makro, faktor konsumsi merupakan hal yang penting dalam kegiatan ekonomi. Dalam bidang pemasaran, perilaku konsumen memegang peranan penting. Hal ini dikarenakan keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh perilaku mereka, sehingga penting bagi pelaku bisnis untuk memahami perilaku konsumen (Nurul Fibrianti, 2023). Dengan adanya kasus ini, sebenarnya pelaku usaha sedang membuat image yang tidak baik bagi perusahaan.

Dalam segala kegiatan perdagangan, bisa dikatakan bahwa konsumen selalu menjadi pihak yang lemah posisinya. Sekalipun letak kesalahan tidak berada pada konsumen, namun pengaturan perlindungan konsumen di Indonesia tidak bisa mengakomodasi kepentingan konsumen ketika dihadapkan dengan pelaku usaha yang lebih besar posisinya. Padahal di dalam Pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah dijelaskan terkait dengan asas-asas perlindungan konsumen yaitu berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum (Nurul Fibrianti, 2023).

Bisnis e-commerce dapat dikatakan sebagai bisnis kepercayaan. Kepercayaan yang diberikan kepada konsumen kepada jasa penyedia platform untuk menyediakan barang dan jasa yang dibeli. Antara konsumen, pelapak (seller), dan platform penyedia harus bisa memberikan perasaan aman dan nyaman karena antara para pihak tidak bertemu secara langsung dan konsumen pun tidak dapat cek produknya secara langsung. Hal ini tentu berbeda dengan bisnis secara konvensional (*offline*) dimana ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli (Radetya Agung Wibowo, 2015).

Dalam hal menjaga kenyamanan dan kepercayaan konsumen pada platform e-commerce, terdapat 3 (tiga) aktivitas bagi pelaku usaha e-commerce guna menciptakan

kepercayaan konsumen. yaitu sebagai berikut : (Buttner, O.B. & Goritz, A.S, 2008)

- a. *Achieving result*, yaitu harapan konsumen harus bisa dicapai sebagai bukti pelaku usaha memberikan kepercayaan kepadanya;
- b. *Acting with integrity*, yaitu pelaku usaha harus bertindak penuh integritas dan konsisten terhadap ucapan dan tindakan;
- c. *Demonstrate concern*, yaitu pelaku usaha harus bisa paham apa yang menjadi keinginan konsumen sebagai bentuk perhatiannya kepada konsumen.

Jika kita ingin menganalogikan kasus penagihan kepada konsumen PT XYZ dengan kasus penagihan pada platform pinjaman online, OJK sendiri telah memberikan panduan mengenai etika dan cara penagihan utang, salah satunya adalah tidak menagih pihak yang tidak berhutang (Willa Wahyuni, 2023). Dalam kasus PT XYZ ini, sebenarnya konsumen dapat dikatakan tidak berhutang kepada PT XYZ. Konsumen ini hanya berada dalam kapasitas sebagai seorang konsumen yang tidak mengerti proses dibelakang layar.

Sebenarnya dalam kasus ini, ada 2 (dua) langkah yang dapat ditempuh oleh konsumen perihal sengketa antara customer dengan pihak PT XYZ, yaitu sebagai berikut : (Dena Ayu, 2022)

- a. Litigasi, Dasar hukum untuk mengajukan gugatan ke pengadilan terdapat dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE dan Pasal 45 ayat 1 UUPK. Dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE disebutkan bahwa "Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian", sedangkan dalam Pasal 45 ayat 1 UUPK disebutkan bahwa "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.
- b. Non-litigasi, sesuai dengan pasal 47 UUPK bahwa "Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk

menjamin tidak akan terulangnya kembali kerugian yang diderita".

Kesimpulan

Dalam hal sengketa kesalahan pencantuman harga ini, pelaku usaha e-commerce PT. XYZ ini sejatinya memberikan pilihan kepada konsumen yaitu berupa pengembalian produk dengan refund dana sesuai dengan yang dibayarkan, ataupun konsumen membayarkan sisa kekurangan harga dari produk iPad tersebut. Namun langkah yang diambil oleh platform e-commerce tersebut telah menyalahi aturan yang mereka buat sendiri. Pertanggungjawaban pelaku usaha dinilai hanya merugikan konsumen yang menjadi pihak paling lemah disini.

Terkait dengan perlindungan hukum bagi konsumen yang terdampak, sebenarnya secara garis besar merupakan kesalahan dan kelalaian dari pihak PT XYZ, karena pemberian dan pencantuman harga merupakan kewenangan dari pihak PT XYZ. Konsumen sebagai pihak yang tidak mengerti apa yang sebenarnya terjadi di balik kasus ini pun tidak ada kesalahan, karena harga yang tercantum tidak ada sangkut pautnya dengan konsumen dan ternyata produk iPad tersebut dapat di beli. Dalam hal ini, konsumen sebagai pihak yang lemah harus terlindungi dari tindakan pelaku usaha yang semena-mena.

Daftar Pustaka

- Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar cetakan 2 (2002), Jakarta : Diadit Media
- Buttner, O.B. & Goritz, A.S, (2008) *"Perceived Trustworthiness of Online Shops. Journal of Consumer Behaviour"*. Vol. 7
- Dena Ayu, (2022) *"A Sociological Approach to Consumer Protection in E-Commerce Transactions During the Covid-19 Pandemic"*, Khazanah Hukum, Vol. 4 No. 3
- Edmon Makarim, Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian (2005), Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

- Enni Soerjati Priowirjanto, (2014) "Pengaturan Transaksi Elektronik Dan Pelaksanaannya Di Indonesia Dikaitkan Dengan Perlindungan E-Konsumen," PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (*Journal of Law*) vol. 1, No. 2
- I Made Dwija Di Putra dan Ida Ayu Sukihana, (2018), "Kedudukan Penyedia Aplikasi Terkait Ketidaksesuaian Barang Yang Diterima Oleh Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Kerta Semaya* Vol 01 No 10, <https://jurnal.harianregional.com/kerthasemaya/id-42598>
- Imam Sja Putra (2002), *Problematikan Hukum Internet Indonesia*, Jakarta : Prenhallindo
- Kristania Montolalu, (2023) "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan Melalui Aplikasi Gojek", *Lex Administratum*, vol. 11 no. 4
- Luh Widya Saraswati, (2022) "Perlindungan Konsumen Terhadap Kenaikan Harga Barang Secara Tidak Wajar Akibat Pandemi Covid-19 Dikaitkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Poros Hukum Padjajaran*, vol. 4 no. 1
- Muhammad Khadafi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi E-commerce (Studi Kasus E-commerce melalui social media Instagram)" (2016) (Skripsi di publikasikan) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Nurul Fibrianti, (2023) "*Legal Culture and Legal Consciousness of Consumers: The Influence on Regulation and Enforcement of Consumer Protection Laws*", *Journal of Indonesian Legal Studies*, vol. 8. No. 2
- R. Lowe, *Commercial Law*, ed. 6 (1983), London: Sweet & Maxwell
- Radetya Agung Wibowo, (2015) "Kesuksesan E-commerce (Online Shopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, vol. 20 no. 1
- Rahmat Bijak Setiawan Sapii, (2022) "Responsibilities of Business Actors to Consumers Due to Incompatibility of Objects and Specifications in Electronic Transaction Agreements", *Journal of Digital Law and Policy*, vol. 1 no. 3
- Sinta Dewi Rosadi, (2018) "*Consumer Protection In Digital Economy Era : Law In Indonesia*", *Yustisia*, vol. 7 no. 1
- Willa Wahyuni, <https://hukumonline.com/berita/a/tidak-sembarangan--ini-aturan-ojk-soal-penagihan-pinjol-lewat-debt-collector-lt650c208ecb790/?page=2> diakses pada tanggal 27 Mei 2024.