

**ANALISIS YURIDIS TERHADAP PUTUSAN PN JAKARTA PUSAT
NOMOR 157/Pid.B/2024/PN.Jkt.Pst TERHADAP PEMENUHAN PASAL 4
ANGKA 3 UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

Oleh:

Ni Kadek Diah Miantari¹
(diah.miantari@unipas.ac.id)

Abstrak Penelitian ini memiliki tujuan untuk (1) mengetahui dan menganalisa mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen; dan (2) menelaah serta menganalisis pemenuhan hak konsumen dalam Pasal 4 Angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berdasarkan Putusan Pengadilan Jakarta Pusat Nomor Nomor 157/Pid.B/2024/PN Jkt.Pst. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan (*statue approach*) melalui peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan pendekatan konsep (*conceptual approach*) dengan menelaah konsep-konsep pendapat para ahli yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen. Hasil penelitian mengasilkan bahwa (1) Perlindungan hukum terhadap pemenuhan hak-hak konsumen telah tercantum secara jelas dan rinci pada peraturan perundang-undangan khususnya perlindungan konsumen sehingga dapat menciptakan sebuah kepastian hukum bagi orang-orang yang terlibat dalam transaksi jual beli; dan (2) Pemenuhan hak konsumen dalam Putusan Pengadilan Jakarta Pusat Nomor Nomor 157/Pid.B/2024/PN Jkt.Pst tidak terlaksana karena dalam putusan tersebut hanya menjatuhkan hukuman penjara dan perampasan alat bukti tanpa mewajibkan terdakwa untuk melakukan ganti kerugian terhadap konsumen sebagai upaya menjamin perlindungan konsumen bagi korbannya.

Kata kunci : Konsumen, Pelaku Usaha, Hak Konsumen, Perlindungan Hukum

PENDAHULUAN

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan saling membutuhkan antara pelaku usaha dengan konsumen, baik berupa pelaku usaha dan konsumen barang maupun jasa. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dari transaksi dengan konsumen, sedangkan di sisi lain, konsumen berkepentingan untuk memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dengan kata lain, konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan kualitas yang diinginkan. Hubungan antara konsumen dan pelaku

¹ Dosen Fakultas Hukum Universitas Panji Sakti

usaha seringkali ditemukan ketidaksetaraan antara keduanya di mana secara umum konsumen berada pada posisi tawar menawar yang lemah, akibatnya menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha atau produsen yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi yang kuat. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen sangat diperlukan adanya campur tangan pemerintah dan/atau negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen. Dalam hal konsumen dirugikan oleh pelaku usaha, maka konsumen dapat menggunakan haknya untuk mendapatkan ganti kerugian, apabila keadaan barang atau jasa yang dibelinya tidak sebagaimana mestinya. Apabila pelaku usaha tidak mau bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, maka hal ini akan terjadi sengketa konsumen, yaitu sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa (Mewu & Mahadewi, 2023).

Upaya untuk mewujudkan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, perlu ditingkatkan suatu penyelenggaraan perlindungan konsumen, sehingga pemerintah telah menuangkan perlindungan konsumen dalam suatu produk hukum yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal ini sangat penting karena hanya hukum yang memiliki kekuatan untuk memaksa pelaku usaha untuk mentaatinya dan juga hukum memiliki sanksi yang tegas. Mengingat dampak penting yang dapat ditimbulkan akibat tindakan pelaku usaha yang sewenang-wenang dan hanya mengutamakan kepentingan bisnis sendiri sehingga pemerintah berkewajiban untuk melindungi konsumen yang posisinya memang lemah (Penjelasan UUPK).

Peraturan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru mendorong iklim berusaha yang sehat dan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga dapat melahirkan perusahaan yang tanggung dalam menghadapi persaingan. UUPK pada dasarnya telah memberikan kesetaraan kedudukan konsumen dengan pelaku usaha, tetapi konsep

perlindungan konsumen sebagai suatu kebutuhan harus senantiasa disosialisasikan untuk mencapai prinsip kesetaraan yang berkeadilan, dan untuk mengimbangi kegiatan pelaku usaha yang menjalankan prinsip ekonomi untuk mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin sehingga dapat merugikan konsumen (Kristianti, 2017).

Perkembangan dunia informasi dan teknologi di Indonesia terjadi sangat pesat. Semua orang tanpa terkecuali bisa mengakses segala hal informasi dengan canggih dan cepat. Seiring dengan kemajuan teknologi ternyata tidak selalu berjalan mulus. Banyak masalah baru yang muncul disebabkan oleh penyalahgunaan teknologi informasi untuk berbuat tindakan kriminal. Pelaku sering kali berlindung dibalik kecanggihannya teknologi informasi dan mereka melakukan kejahatannya dengan memanfaatkan teknologi informasi sehingga dengan sangat mudah untuk mengelabui lawan atau konsumen itu sendiri. Salah satu contoh kasus yang berkaitan dengan memanfaatkan kecanggihannya teknologi informasi untuk berbuat kejahatan yaitu kasus penipuan jual beli tiket konser Coldplay yang baru-baru ini hadir di Indonesia. Beliau adalah Ghisca Debora Aritonang yaitu seorang remaja yang berusia 19 tahun yang telah terbukti sah dan menyakinkan melakukan tindak pidana penipuan yang dikuatkan dengan Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 157/Pid.B/2024/PN Jkt.Pst. kasus ini bermula sejak grup band papan atas dunia Coldplay mengumumkan akan menggelar *world tour* dan Indonesia merupakan salah satu negara tujuannya. Berdasarkan hal tersebut terdakwa yaitu Ghisca Debora Aritonang yang selanjutnya akan disingkat menjadi GDA memiliki ide untuk melakukan penjualan tiket konser band tersebut. Awalnya GDA menawarkan ke teman-temannya Dimana GDA mengaku memiliki banyak tiket konser dan juga orang dalam yang mendapat jatah tiket sehingga teman-temannya percaya dan ikut menawarkan ke teman lainnya dengan iming-iming akan diberikan komisi dari setiap tiket yang terjual. Setiap orang yang mampu menjual tiket konser mengirimkan sejumlah uang kepada GDA dengan perjanjian bahwa 3 hari setelahnya akan diberikan tiket konser. Namun sampai pada hari konser tiket yang dijanjikan oleh GDA tidak

kunjung datang sehingga seluruh teman-teman yang ikut menjual tiket tersebut mengalami kerugian yang fantastis bahkan hampir mencapai 2 miliar perorang.

GDA dalam kejahatannya memanfaatkan koneksinya dengan mengaku mendapatkan tiket dari beberapa dinas yang terkait seperti Kementerian Pariwisata dengan jumlah 3.800 tiket dan sudah terjual sebanyak 1.700 tiket untuk menyakinkan calon korbannya. Total uang yang terkumpul oleh GDA adalah sebanyak Rp. 7.119.365.000 (tujuh miliar seratus Sembilan belas juta tiga ratus enam puluh lima ribu rupiah) yang lokasinya dibagi ke beberapa rekening milik keluarga dan teman-teman dekatnya. Atas perbuatan yang dilakukan GDA berdasarkan putusan hakim mengadili GDA dengan hukuman pidana penjara selama 3 (tiga) tahun yang dikurangkan masa penangkapan dan penahanan dengan barang bukti yang dirampas dan dimusnahkan. Hukuman ini tentunya tidak setimpal dengan perbuatan yang telah dilakukan oleh GDA karena korban-korbannya yang mengalami kerugian secara moril dan materi tidak disebutkan apakah ada kewajiban penggantian dari pihak GDA kepada para korban sehingga tidak adil bagi korban-korban GDA.

Berdasarkan uraian diatas, perlindungan hukum bagi korban-korban dari GDA belum berjalan padahal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, transaksi yang terjadi antara GDA dan korbannya dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha dan konsumen yang wajib patuh terhadap ketentuan Undang-Undang tersebut. Oleh karena itu sangatlah penting untuk ditelaah lebih lanjut mengenai pemenuhan hak konsumen yang menjadi korban dari segi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan penelitian berjudul “ Analisis Yuridis Terhadap Putusan PN Jakarta Pusat Nomor 157/Pid.B/2024/PNJKT.PST Terhadap Pemenuhan Pasal 4 Angka 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif atau kepustakaan merupakan penelitian dengan cara meneliti bahan atau data sekunder yang mencakup: penelitian

terhadap asas-asas hukum, penelitian terhadap sistematika hukum, penelitian terhadap taraf sinkronisasi norma vertikal dan norma horizontal, perbandingan hukum, dan sejarah hukum (Marzuki, 2005). Penelitian ini akan membahas mengenai kerugian konsumen yang diakibatkan oleh periklanan yang dilakukan oleh konsumen mengenai barang dan/jasa yang mereka tawarkan.

Penelitian hukum merupakan penelitian yang terdiri dari beberapa pendekatan, melalui pendekatan ini peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isi yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya (Waluyo, n.d.). Terkait jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini penulis memakai 2 (dua) pendekatan antara lain, pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*), dan pendekatan konsep (*conceptual approach*). Pengumpulan bahan hukum yang digunakan adalah teknik studi dokumen yaitu dalam pengumpulan bahan hukum terhadap sumber kepustakaan yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dengan cara membaca dan mencatat melalui sistem kartu (*card system*) untuk memudahkan dalam menganalisis permasalahan (Ali, 2016). Teknik pengumpulan bahan hukum perundang-undangan dalam penelitian ini harus dimulai dari penelusuran berbagai instrumen hukum yang langsung atau tidak langsung berkaitan dengan permasalahan yang diteliti sehingga memperoleh jawaban yang relevan (Ali, 2016).

Terkait dengan hal itu, maka peneliti akan merujuk kepada peraturan perundang-undangan yang telah ditentukan untuk mencari pengaturan hukum yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan bahan hukum berupa telaah asas-asas serta bahan hukum lainnya (Ishaq, 2017) yang tentunya berkaitan dengan masalah yang akan diteliti yaitu mengenai perlindungan konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha.

Terkait dengan penelitian ini, bahan hukum yang diperoleh berdasarkan studi kepustakaan atas bahan hukum dideskripsikan, dikelompokkan dan dianalisis dengan teknik deskriptif secara objektif dan sistematis untuk memperoleh kesimpulan yang akurat. Untuk pengolahan bahan hukum teknik yang digunakan adalah teknik deduktif yaitu kesimpulan diperoleh dari pendeskripsian

permasalahan yang bersifat umum sampai pada permasalahan khusus (Marzuki, 2005) yang lebih mendetail untuk selanjutnya yang akan dimuat pada jurnal ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan hukum merupakan suatu upaya yang diusahakan kepada seorang yang merupakan subjek hukum sebagai bentuk Langkah awal untuk menciptakan suatu keadilan bagi semua pihak. Perlindungan hukum dapat digunakan sebagai alat yang menggambarkan bagaimana fungsi dari adanya hukum itu sendiri. Hukum yang ada saat ini harusnya mampu memberikan dan menciptakan suatu keadilan, kepastian, ketertiban dan kemanfaatan. Perlindungan hukum tidak dapat berjalan dengan sendirinya tanpa adanya sarana-sarana yang mampu mendukung tegaknya hukum itu sendiri (Muru, 2014). Perlindungan hukum merupakan salah satu kewajiban dari negara untuk melindungi hak-hak warga negaranya. Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam Pasal 1 Ayat 3 menyatakan bahwa “Indonesia adalah negara hukum” sehingga Indonesia wajib memberikan perlindungan terhadap warga negaranya. Perlindungan hukum kepada warga negara merupakan pengakuan negara kepada warga negaranya.

Jual beli merupakan suatu kegiatan yang pastinya tidak lepas dari kehidupan manusia baik berupa barang maupun berupa jasa. Stakeholder yang terlibat dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha dan konsumen. Seiring dengan perkembangan jaman, kegiatan jual beli juga ikut bertransformasi ke arah yang lebih modern mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 2 tentang Perlindungan Konsumen, pengertian “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik bagi kebutuhan diri sendiri, orang lain atau makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan”. Dengan kata lain, sebagian besar konsumen adalah pengguna akhir dari suatu barang/jasa. Bila pembelian barang bertujuan untuk dijual kembali, maka pembeli tersebut adalah konsumen antara yang dikenal dengan distributor atau pengecer. Kata “konsumen” berasal dari Bahasa Inggris, yaitu “consumer” yang artinya adalah setiap orang yang menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk (barang/jasa) (Sidharta, 2016).

Hak konsumen dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan 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 dan 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.

Selanjutnya kewajiban konsumen dicantumkan dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diantaranya :

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang di sepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Selain konsumen, pelaku usaha juga merupakan salah satu pihak yang terlibat dalam kegiatan jual beli. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, pengertian pelaku usaha adalah setiap orang

perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Adapun salah satu usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha ialah retail, yang dimana arti retail adalah suatu kegiatan pemasaran produk, baik barang maupun jasa, yang dilakukan secara eceran atau satuan langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan rumah tangga atau pribadi, bukan untuk dijual kembali. Penjual retail disebut juga dengan penjualan eceran/ritel, dimana jumlah produk yang dijual adalah satuan (Amisah, Yahuli Rolin, 2023). Jika suatu institusi pabrikan menjual sesuatu dalam partai besar kepada pebisnis lain, maka hal tersebut tidak termasuk penjualan retail. Pada praktiknya pengusaha retail membeli produk (barang maupun jasa) dalam jumlah banyak dari produsen untuk dijual kembali kepada konsumen akhir dalam satuan yang lebih kecil. Hak pelaku usaha dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha sesuai dengan yang tercantum dalam pasal 7 Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen diantaranya :

- 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 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.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha demi Upaya melakukan perlindungan hukum dan menjamin kepastian hukum bagi konsumen terhadap barang yang diperjualbelikan yang dimana dituangkan dalam Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan konsumen. Pasal ini menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang 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 dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.”

Pasal ini kemudian diperkuat lagi melalui ayat 2, 3 dan 4 yang memberikan penjelasan bahwa pelaku usaha sangat dilarang menawarkan bahkan memperdagangkan barang yang memiliki kondisi yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa adanya informasi yang benar terkait dengan kondisi nyata barang yang diperjual belikan. Pelanggaran terhadap hal tersebut adalah penarikan ijin edar dari barang yang diperjual belikan.

Selain barang, undang-undang Perlindungan Konsumen juga menjamin perlindungan hukum terhadap jasa yang diterima nantinya oleh konsumen. Pasal 9 angka (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

- a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;

- c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
- d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Selanjutnya Pasal 9 ayat (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan. Pasal 9 ayat (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut. 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:

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11 Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;

- b. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12 Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan. Pasal 13 ayat (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya. Pasal 13 ayat (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14 Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15 Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan

gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen. Pasal 16 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.

Pasal 17 ayat (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Pasal 17 ayat (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

Upaya perlindungan hukum terhadap pemenuhan hak-hak konsumen yang telah diuraikan diatas harus didukung juga dengan implementasinya di lapangan sehingga diperlukan Kerjasama antara instansi terkait agar Upaya-upaya perlindungan hukum yang sudah tercantum dalam peraturan perundang-undangan tidak hanya menjadi sebuah aturan tanpa adanya realisasi yang jelas sehingga aturan yang ada sekarang hanya sebatas kertas yang tidak memiliki makna yang mampu menjamin kepastian hukum bagi masyarakat.

Upaya perlindungan konsumen pada hakekatnya merupakan bagian dari penerapan pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 yang menyatakan bahwa “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum”. Undang-Undang Perlindungan konsumen yang ada saat ini

dapat dikatakan sebagai perpanjangan tangan dari upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang dimana peraturan ini merupakan upaya perlindungan untuk memberikan kepastian hukum serta keterbukaan informasi yang bisa di dapatkan oleh konsumen.

Hak-hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan konsumen terutama dalam angka 3 yang menyatakan bahwa “konsumen memiliki hak untuk informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diterimanya”. Hal ini sangat sering terabaikan ditambah lagi dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat. Proses kegiatan jual beli barang dan/atau jasa saat ini tidak hanya dapat dilakukan secara langsung, melainkan secara tidak langsung juga yaitu menggunakan media seperti media sosial dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi sehingga proses jual beli tidak perlu dilakukan secara tatap muka. Penjual atau pelaku usaha hanya perlu melakukan penawaran barang dan/atau jasa melalui social media sehingga dapat diakses oleh konsumen secara luas. Kecanggihan teknologi sangat berdampak pada kegiatan jual beli sehingga pembeli atau konsumen tidak hanya berasal dari kawasan lokal saja sehingga pelaku usaha mampu berkembang dan memasarkan barang dan/jasa secara luas.

Kecanggihan teknologi memang memberikan banyak perkembangan positif bagi kegiatan jual beli antara pelaku usaha dan konsumen. Pembeli atau konsumen saat ini tidak harus pergi ke tempat atau toko pelaku usaha untuk mendapatkan barang dan/atau jasanya. Konsumen dapat hanya duduk diam dirumah dan mendapatkan barang dan/atau jasa dari pelaku usaha dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Selain itu sudah banyak platform-platform belanja online yang bertebaran sehingga memudahkan pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan kegiatan jual beli (Idelia et al., 2023). Dampak positif yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen juga dibarengi dengan dampak negatif terhadap adanya modernisasi. Tidak semua pelaku usaha adalah orang yang jujur atau melakukan kegiatan usaha yang jujur. Tidak sedikit pelaku usaha memanfaatkan proses jual beli tidak langsung untuk mengelabui pembelinya dengan melakukan penawaran barang/jasa yang dilebih-lebihkan dan tidak sesuai

dengan kondisi barang dan/jasa yang sampai pada tangan konsumen (Anzhani, 1999).

Modernisasi kerap kali dimanfaatkan oleh orang-orang yang hanya ingin mendapatkan keuntungan lebih tanpa memikirkan kepuasan pelanggan atau konsumen. Banyaknya cara menawarkan barang dan/atau jasa saat ini dengan tidak bertemu langsung dengan calon pembeli dimanfaatkan oleh segelintir orang untuk kabur disaat konsumen atau pembeli mengajukan klaim bahwa barang dan/atau jasa yang diterimanya tidak sesuai dengan yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Selain barang dan/atau jasa yang tidak sesuai, pelaku usaha juga kerap ditemukan tidak memenuhi kewajibannya seperti setelah konsumen melakukan pembayaran, pelaku usaha tidak memberikan hak konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkan.

Salah satu contoh kasus yang berkaitan pelanggaran hak konsumen yang menyebabkan tidak terpenuhinya hak konsumen sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu kasus penipuan jual beli tiket konser Coldplay yang baru-baru ini hadir di Indonesia. Beliau adalah Ghisca Debora Aritonang yaitu seorang remaja yang berusia 19 tahun yang telah terbukti sah dan menyakinkan melakukan tindak pidana penipuan yang dikuatkan dengan Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 157/Pid.B/2024/PN Jkt.Pst. kasus ini bermula sejak grup band papan atas dunia Coldplay mengumumkan akan menggelar *world tour* dan Indonesia merupakan salah satu negara tujuannya. Berdasarkan hal tersebut terdakwa yaitu Ghisca Debora Aritonang yang selanjutnya akan disingkat menjadi GDA memiliki ide untuk melakukan penjualan tiket konser band tersebut. Awalnya GDA menawarkan ke teman-temannya Dimana GDA mengaku memiliki banyak tiket konser dan juga orang dalam yang mendapat jatah tiket sehingga teman-temannya percaya dan ikut menawarkan ke teman lainnya dengan iming-iming akan diberikan komisi dari setiap tiket yang terjual. Setiap orang yang mampu menjual tiket konser mengirimkan sejumlah uang kepada GDA dengan perjanjian bahwa 3 hari setelahnya akan diberikan tiket konser. Namun sampai pada hari konser tiket yang dijanjikan oleh GDA tidak kunjung datang sehingga seluruh teman-teman yang

ikut menjual tiket tersebut mengalami kerugian yang fantastis bahkan hampir mencapai 2 miliar perorang.

GDA dalam kejahatannya memanfaatkan koneksinya dengan mengaku mendapatkan tiket dari beberapa dinas yang terkait seperti Kementerian Pariwisata dengan jumlah 3.800 tiket dan sudah terjual sebanyak 1.700 tiket untuk menyakinkan calon korbannya. Total uang yang terkumpul oleh GDA adalah sebanyak Rp. 7.119.365.000 (tujuh miliar seratus Sembilan belas juta tiga ratus enam puluh lima ribu rupiah) yang lokasinya dibagi ke beberapa rekening milik keluarga dan teman-teman dekatnya. Atas perbuatan yang dilakukan GDA berdasarkan putusan hakim mengadili GDA dengan hukuman pidana penjara selama 3 (tiga) tahun yang dikurangkan masa penangkapan dan penahanan dengan barang bukti yang dirampas dan dimusnahkan. Hukuman ini tentunya tidak setimpal dengan perbuatan yang telah dilakukan oleh GDA karena korban-korbannya yang mengalami kerugian secara moril dan materi tidak disebutkan apakah ada kewajiban penggantian dari pihak GDA kepada para korban sehingga tidak adil bagi korban-korban GDA.

Dalam putusan pengadilan tersebut diatas menyampaikan banyak barang bukti berupa print out catatan transaksi oleh pelaku dan beberapa barang berharga yang selanjutnya dirampas atau dimusnahkan oleh pihak berwenang tidak satupun menyebutkan uang yang telah diterima oleh pelaku GDA. Padahal dalam hal ini pelaku GDA telah banyak melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen salah satunya adalah dalam Pasal 4 Angka 3 yang menyebutkan “ Hak Konsumen adalah Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa”, dalam hal ini pelaku GDA menyampaikan kondisi yang tidak benar bahwa beliau memiliki tiket konser coldplay sejumlah yang dikatakan dan menyatakan bahwa tiket tersebut akan diberikan paling lambat 7 hari sebelum konser dimulai. Pelaku GDA sampai hari pelaksanaan konser tidak dapat dihubungi dan malah kabur tanpa memberikan jaminan apa-apa terhadap konsumen yang dirugikan. Pelaku GDA malah Kembali mencari calon korban lain sehingga dapat dikatakan bahwa perbuatan GDA dilakukan secara sadar dan

seharusnya mendapatkan hukuman yang berat karena penipuan yang dilakukan tidak hanya sekali.

Kemudian transaksi jual beli yang terjadi antara pelaku GDA dan pembelinya merupakan transaksi yang dilakukan melalui media elektronik merupakan transaksi yang sah sehingga sudah seharusnya pelaku GDA memenuhi kewajiban-kewajibannya sebagai seorang pelaku usaha. Dalam Pasal 7 Huruf b yang menyatakan bahwa “kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan” yang apabila dikaitkan dengan tindakan pelaku GDA tidak melaksanakan amanat pasal ini. Pelaku GDA hanya memberikan janji palsu kepada calon pembelinya. Selain pasal ini, Pelaku GDA juga tidak melaksanakan kewajiban yang tercantum dalam pasal 7 huruf g yang menyatakan “pelaku usaha diwajibkan untuk memberi kompensasi, Ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”. Namun dalam putusan tersebut tidak ada kewajiban dari pelaku GDA untuk melakukan ganti kerugian atas perbuatannya sehingga konsumennya sangat dirugikan dalam kasus ini.

Undang-undang Perlindungan Konsumen telah mengatur bahwa pelaku usaha dalam melaksanakan bisnisnya harus bertanggungjawab memberikan keterangan yang benar serta jujur terhadap barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan. Pelaku GDA tidak melaksanakan hal tersebut sehingga pelaku GDA telah terbukti telah melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha yang ada di Indonesia dimana merupakan wilayah hukum Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah sepatutnya tunduk dan wajib berkelakuan baik dalam melaksanakan bisnisnya. Memberikan kompensasi atas kerugian yang diderita konsumen juga merupakan itikad baik yang harus dilakukan pelaku usaha sebagai bentuk tanggung jawabnya.

Tanggung jawab merupakan hal yang sangat krusial dalam perlindungan konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha sudah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 19 yang menyatakan bahwa pelaku usaha wajib

memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat perbuatannya. Ganti kerugian wajib dilakukan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi, namun pelaku GDA tidak melakukan hal ini. Disisi lain, Perbuatan yang dilakukan oleh pelaku GDA merupakan sebuah perbuatan yang juga bisa dikategorikan sebagai cybercrime karena dilakukan dengan memanfaatkan media teknologi. Cybercrime merupakan kejahatan konvensional modern yang memanfaatkan perkembangan teknologi. Lahirnya Undang-Undang ITE yang saat ini Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan terobosan perlindungan hukum yang dilakukan oleh pemerintah guna mengatasi permasalahan yang ada.

Upaya pemenuhan hak-hak konsumen dalam proses jual beli sudah diatur sedemikian dalam peraturan perundang-undangan terkait dengan perlindungan konsumen sehingga stakeholder yang terkait dalam pelaksanaan aturan ini juga seharusnya mendukung dan turut mengawasi penerapan peraturan ini sehingga tidak ada yang merasa dirugikan dikemudian hari nanti.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan dari hasil telaah yuridis Putusan Pengadilan Jakarta Pusat Nomor 157/Pid.B/2024/PN Jkt.Pst terhadap Pemenuhan Hak Konsumen dalam Pasal 4 Angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Upaya perlindungan hukum untuk pemenuhan hak-hak konsumen telah tercantum secara jelas dan terperinci dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sehingga perlu adanya Kerjasama dari semua stakeholder yang terlibat baik dari pelaku usaha, pemerintah dan konsumen itu sendiri agar peraturan yang ada tidak hanya sebuah pajangan namun juga sebuah kepastian hukum bagi setiap orang yang melakukan transaksi jual beli sehingga mampu menciptakan rasa aman bagi semua pihak.
- b. Pemenuhan hak konsumen dalam Pasal 4 Angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berdasarkan Putusan Pengadilan Negeri Jakarta

Pusat Nomor 157/Pid.B/2024/PN Jkt.Pst tidak terlaksana dikarenakan pelaku GDA melakukan penipuan dengan menjanjikan barang yang memang tidak ada sehingga pelaku GDA sebagai pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami konsumen, namun dalam putusan tersebut tidak ada kewajiban dari pelaku GDA untuk memberikan kompensasi terhadap konsumen yang telah dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. Z. (2016). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika Offset.
- Amisah, Yahuli Rolin, O. V. (2023). Tinjauan Yuridis Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Korban Penipuan Tiket Konser. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(5), 2706–2708.
- Anzhani, D. A. (1999). Mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Jual Beli Online Atas Hak-Hak Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan *Eprints.UniskaBjm.Ac.Id*.<http://eprints.uniskabjm.ac.id/3999/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/3999/2/11>. ARTIKEL Dwi Amalia Anzhani new.pdf
- Idelia, S., Herawati, Z. D., Syintia Putri, R., Nursabila, A., Listari, L., & Mustaqim, M. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Tiket Konser Di Tinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Pelita*, 4(2), 159–168. <https://doi.org/10.37366/jh.v4i2.3101>
- Ishaq. (2017). *Metode Penelitian Hukum*. Alfabeta.
- Kristianti, C. T. S. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian Hukum*. Prenada Media.
- Mewu, M. Y. S., & Mahadewi, K. J. (2023). Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 441–450.
- Miru, A. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sidharta. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. PT Grasindo.
- Waluyo, B. (n.d.). *Penelitian Dalam Praktek*. Sinar Grafika.