

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS INFORMASI YANG BENAR
TERHADAP PROMOSI PRODUK DALAM TRANSAKSI
PERDAGANGAN ELEKTRONIK MENURUT UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN****Evita Lanosta**(Mahasiswa Program S1 Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)
(E-mail: evita_lanosta@yahoo.co.id)**DR. A.M. Tri Anggraini, S.H., M.H.***(Corresponding Author)*(Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Meraih Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara, Doktor (Dr.) pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia)
(E-mail: anna.mta@trisakti.ac.id)**Abstract**

The intense competition among business actors makes business actors compete to create business strategies to attract consumers. One of the strategies taken by business actors is to hold offers or promotions in various forms, including in the electronic commerce transaction. However, these promotions sometimes lead to promises that are not in accordance with the contents of the agreement given by the business actor. One of the cases of product promotion that misleads consumers is the case of PT. Vega Data Indonesia which has reached the court with the decision of the District Court No. 524 / Pis.Sus / 2020 / PN Jkt.Utr. How should the form of consumer protection for correct information on product promotion in electronic commerce transactions according to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and other related regulations? Researchers examined these problems using normative legal research methods. Research data shows that there is a legal violation of the obligation of business actors to provide correct information on product promotion by business actors which results in consumers experiencing losses. The existing form of consumer legal protection includes two things, namely protection in the sense of prevention (preventive) and repressive legal protection (action). The form of preventive protection (prevention) is the guidance and supervision of consumers, while the form of repressive protection includes efforts to resolve disputes through channels (court) litigation and non litigation (out of court). Legal protection for consumers using online loan services by PT. Vega Data Indonesia is a form of repressive legal protection.

Keywords: *Legal Protection, consumer, e-commerce.***I. PENDAHULUAN****A. Latar Belakang**

Teknologi informasi sudah merubah metode berinteraksi serta menimbulkan kesempatan terkini dalam kegiatan transaksi perdagangan menggunakan internet. Dalam dunia perdagangan, internet memungkinkan transaksi perdagangan tidak perlu dilakukan secara tatap muka, melainkan menggunakan teknologi internet secara *online*, sehingga antara penjual dan

pembeli tidak dibatasi oleh tempat dan waktu. Kegiatan perdagangan yang menggunakan teknologi sebagai medianya disebut transaksi perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)*.

Sebagai akibat dari munculnya berbagai macam produk yang semakin beragam di kalangan masyarakat, selain dengan mengimprovisasi mutu produk, pelaku usaha dituntut untuk mempunyai metode pemasaran yang baik, seperti dengan menggunakan iklan maupun tawaran atau promosi. Ketatnya persaingan antar pelaku usaha juga membuat para pelaku usaha tersebut berlomba-lomba menciptakan strategi bisnis untuk menarik konsumen. Salah satu strategi yang telah umum ditempuh oleh para pelaku usaha yakni mengadakan tawaran atau promosi dalam berbagai bentuk seperti memasang iklan di sosial media, melakukan penyebaran broadcast melalui SMS (*Short Message System*), maupun mengadakan program-program promosi dalam berbagai bentuk lainnya seperti pemberian *voucher* potongan harga, pemberian *cashback*, program gratis ongkir, maupun program promosi tertentu di waktu tertentu dengan jargon khasnya masing-masing sehingga mudah menarik konsumen. Secara dasar, konsumen tidak akan tahu semua macam produk secara menyeluruh maka ia sangat membutuhkan informasi mengenai produk yang beredar di pasar. Jika dilihat dari sisi konsumen, maka iklan atau promosi dapat membantu untuk menggali suatu informasi atau keterangan dari produk sehingga konsumen mendapatkan gambaran sebelum menjatuhkan pilihannya terhadap suatu produk. Akan tetapi, hadirnya *E-commerce* ini tidak menutup kemungkinan adanya kelemahan yang dapat mengakibatkan kerugian yang ditanggung oleh konsumen. Transaksi melalui media elektronik terkadang menimbulkan janji yang tidak memiliki kesesuaian dengan isi perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha. Program promosi oleh “pelaku usaha telah diatur di dalam Pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana pada ayat (1) huruf e tercantum bahwa Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut tersedia” dan Pasal

12 yang berbunyi “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.” Informasi terkait keadaan suatu produk merupakan salah satu hak konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam dalam “Pasal 4 huruf c UUPK yakni hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hal ini juga merupakan kewajiban dari pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam dalam Pasal 7 huruf b UUPK yakni memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”.

Salah satu *platform e-commerce* yang juga mengadakan promosi berupa tawaran kepada konsumen salah satunya diselenggarakan oleh PT. Vega Data Indonesia yang bergerak di bidang fintech yang melayani jasa pinjaman online melalui Aplikasi Pinjaman Uang Berbasis Teknologi Informasi. Penyebaran promosi kepada masyarakat tersebut dilakukan pihak PT. Vega Data Indonesia melalui karyawannya menyebarkan *link* Aplikasi Toko Tunai dan *link* aplikasi Kascas ke nomor-nomor Handphone yang dimiliki masyarakat SMS (*Short Message System*) secara acak dan juga disebar melalui media sosial *facebook* sehingga masyarakat yang menerima *link* Aplikasi Toko Tunai Aplikasi Kascas tersebut dapat mengaksesnya dan apabila masyarakat tertarik dengan tawaran pinjaman online tersebut, masyarakat dapat membuka/mengunduh *link* yang disebar dan selanjutnya mengikuti petunjuk dari *link* yang disebar tersebut.

Penawaran yang dilakukan oleh PT. Vega Data Indonesia melalui aplikasi Toko Tunai dan Aplikasi Kascas telah mendorong banyak masyarakat/konsumen yang memanfaatkan jasa pinjaman online dari aplikasi tersebut, akan tetapi PT. Vega Data Indonesia melalui aplikasi Toko Tunai dan link Aplikasi Kascas belum terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Padahal, dalam menawarkan pinjaman PT. Vega Data

Indonesia telah menyatakan bahwa pinjaman uang melalui Aplikasi Toko Tunai dan Aplikasi Kascas telah diatur dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di dalam syarat dan ketentuan aplikasi tersebut.

Aktivitas penawaran pinjaman online (pinjol) oleh pelaku usaha jasa keuangan atau *fintech* ilegal marak terjadi, seiring peningkatan kebutuhan dana oleh masyarakat. Bahkan, seringkali masyarakat menerima penawaran pinjaman online melalui pesan singkat atau SMS seperti yang telah dilakukan oleh PT. Vega Data Indonesia.

Pelaku usaha *fintech* ilegal mengincar masyarakat yang kesulitan ekonomi dan membutuhkan uang secara cepat untuk memenuhi kebutuhan pokok hidupnya sehari - hari. Masyarakat pun mudah tergiur akibat proses peminjaman uang dapat dilakukan dengan mudah, syarat tidak berbelit – belit, dan pencairan dana yang cepat. Padahal, pinjaman online ini sangat merugikan masyarakat karena mengenakan bunga yang tinggi dengan jangka waktu pembayaran pengembalian pinjaman yang teramat singkat, dan pihak pelaku usaha seringkali dalam syarat dan ketentuannya mencantumkan klausula baku untuk meminta diberikan izin melalui aplikasi pinjaman onlinenya untuk mengakses semua data kontak di ponsel konsumen peminjam uang. Hal ini sangat berbahaya, karena seringkali data ini disebar, diperjualbelikan, dan disalahgunakan saat penagihan untuk mengintimidasi, mengancam dengan kekerasan, dan menyorot konsumen maupun orang – orang di kontak ponsel konsumen.

Selain mengganggu, promosi lewat SMS juga menyebabkan konsumen tidak mendapat informasi secara detail dan jelas mengenai suatu produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha pinjaman online tersebut yang merupakan salah satu hak konsumen sesuai apa yang telah diatur dalam UUPK.

Berdasarkan uraian di atas, diangkatlah judul penelitian ini adalah “Perlindungan konsumen atas informasi yang benar terhadap promosi produk dalam transaksi perdagangan elektronik menurut Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”.

B. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk pelanggaran dan pertimbangan majelis hakim atas informasi yang benar/jelas terhadap produk berdasarkan promosi dalam transaksi perdagangan elektronik dalam Putusan PN No. 524/Pid.Sus/2020/PN Jkt.Utr?
2. Bagaimana seharusnya bentuk perlindungan konsumen atas informasi yang benar terhadap promosi produk dalam transaksi perdagangan elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan terkait lainnya?

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat deskriptif..¹

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan data

Jenis Pengumpulan data:

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Sumber data sekunder adalah sumber yang diperoleh melalui kepustakaan dengan metode membaca, mengkaji, serta mempelajari buku yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan terdiri dari:

A. Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat, terdiri dari:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹*Ibid.*, hal. 50.

- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - 3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
 - 4) UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
 - 5) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
 - 6) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan
 - 7) Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/SEOJK.07/2014 Tahun 2014 tentang Penyampaian Informasi dalam Rangka Pemasaran Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan
 - 8) Putusan PN No. 524/Pid.Sus/2020/PN Jkt.Utr. tentang perkara pidana khusus ITE PT. Vega Data Indonesia
- B. Bahan hukum sekunder merupakan bahan yang memiliki kaitan erat dengan bahan hukum primer yang dapat membantu untuk menganalisis dan mengerti bahan hukum primer seperti berupa buku-buku, literatur-literatur, jurnal, artikel ilmiah dan data-data yang memiliki kaitan dengan judul dan permasalahan yang diteliti, terdiri dari:
1. Buku-buku yang terkait dengan perlindungan konsumen.
 2. Jurnal maupun artikel ilmiah terkait perlindungan konsumen
- C. Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang memberikan suatu petunjuk serta kejelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang terdiri dari KBBI, kamus hukum, pedoman EYD, metode penelitian

hukum, metode penelitian hukum normatif, dan pedoman penulisan karya ilmiah Universitas Tarumanagara.

4. Teknik Pengumpulan data:

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi pustaka (*library research*). Data penelitian diperoleh dengan metode studi pustaka peraturan perundang-undangan terkait, serta data penelitian yang berupa buku teori hukum yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu bahan-bahan atau pustaka-pustaka yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen khususnya terkait transaksi jual beli dalam *e-commerce*.

5. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) beserta pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode deduktif yaitu menjabarkan suatu hal yang bersifat umum kemudian menariknya menjadi kesimpulan yang lebih khusus.

II. PEMBAHASAN

A. Uraian Kasus

Pada tanggal 11 Nopember 2019, Bayu Prasetya menjelajah akun *Facebook* dan melihat akun dengan nama pengguna Informasi Pinjaman Dana Yogya yang di dalamnya terdapat unggahan *link* Aplikasi Kascas, setelah menekan/mengunduh *link* aplikasi tersebut, Bayu Prasetya melaksanakan langkah untuk meminjam uang melalui Aplikasi Kascas sesuai petunjuk dalam aplikasi tersebut. Dalam aplikasi tersebut, termuat pernyataan dalam syarat dan ketentuan bahwa aplikasi diizinkan untuk mengakses nomor kontak pada ponsel konsumen. Bayu Prasetya mengajukan pinjaman dana sebesar Rp.1.000.000,- (satu juta rupiah). Akan tetapi, uang pinjaman yang diterima Bayu Prasetya hanya sebesar

Rp.650.000 (enam ratus lima puluh ribu rupiah) dan langsung dicairkan melalui transfer ke rekening bank BRI nomor 015301053724507 atas nama BAYU PRASETYA. Hal tersebut karena uang yang dicairkan oleh pihak PT. Vega Data Indonesia langsung terpotong cicilan pembayaran pertama dan biaya administrasi dengan jangka membayar angsuran pinjaman selama 7 (tujuh) hari dengan bunga sebesar 0,5% perharinya jika terlambat mencicil pinjaman. Selain Bayu Prasetya, juga terdapat konsumen lain yang mengalami hal yang serupa yaitu Mahdi Ibrahim yang sebelumnya mengajukan pinjaman uang ke Aplikasi Dompot Kartu yang juga dibawah naungan PT. Vega Data Indonesia sejumlah Rp.1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah) namun uang pinjaman yang dicairkan hanya sejumlah Rp.1.050.000,- (satu juta lima puluh ribu rupiah) dengan jangka waktu pembayaran pinjaman selama 14 hari. Selanjutnya atas keterlambatan pembayaran pinjaman tersebut, karyawan PT. Vega Data Indonesia bagian penagihan setiap saat selalu melakukan penagihan kepada konsumen dengan cara menelepon, mengirim pesan tulisan maupun pesan suara dengan kalimat kasar dan bernada ancaman kekerasan yang ditujukan kepada konsumen maupun keluarga konsumen melalui nomor kontak pada ponsel konsumen.

B. Bentuk Pelanggaran Dan Pertimbangan Majelis Hakim Atas Informasi Yang Benar Terhadap Promosi Produk Dalam Transaksi Perdagangan Elektronik dalam Putusan PN No. 524/Pid.Sus/2020/PN Jkt.Utr

Sebelumnya akan dipaparkan mengenai hubungan hukum antara para pihak dalam kasus tersebut yakni PT. Vega Data Indonesia sebagai pelaku usaha beserta Bayu Prasetya dan Mahdi Ibrahim sebagai konsumen. Hubungan hukum tersebut mengikat para pihak sebagaimana dimaksud dalam “Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang menentukan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah mengikat para pihak sebagai undang-undang”. Perjanjian tersebut tertuang dalam perjanjian berbentuk elektronik yang disebut dengan kontrak elektronik yang telah dibuat secara sepihak

oleh pihak PT. Vega Data Indonesia sehingga dapat dikatakan sebagai perjanjian baku melalui syarat dan ketentuan dalam aplikasi pinjaman online yang dibuat oleh PT. Vega Data Indonesia yang kemudian disetujui oleh konsumen dengan menekan tombol setuju (*accept*) pada aplikasi tersebut. Perjanjian baku yang telah disetujui oleh konsumen ketika akan menggunakan aplikasi pinjaman online tersebut, menimbulkan hubungan hukum antara PT. Vega Data Indonesia dengan para konsumennya. Hubungan hukum yang terjadi dan adanya transaksi terhadap penggunaan jasa pinjaman online oleh konsumen memberikan akibat hukum kepada para pihak diikuti dengan pemenuhan hak dan kewajiban diantara para pihak sesuai dengan isi kontrak yang telah disepakati.

Ditilik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), PT. Vega Data Indonesia yang menyelenggarakan pinjaman online berbasis aplikasi telah melanggar beberapa hak konsumen yang termuat dalam Pasal 4 UUPK. Hak-hak dimaksud meliputi:

1. “Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf a)”. Pada kasus ini, PT. Vega Data Indonesia menyalahgunakan data pribadi konsumen dalam melakukan penagihan terhadap konsumen yang terlambat melakukan pembayaran utang dengan menghubungi sejumlah nomor kontak yang ada di ponsel konsumen, meneror, dan memberikan ancaman kekerasan terhadap konsumen maupun orang-orang terdekatnya dengan kata-kata kasar yang mengakibatkan konsumen terancam nyawanya dan merasa sudah dicemarkan nama baiknya dikarenakan semua nomor telepon yang terdapat dalam kontak HP konsumen sudah dihubungi oleh pegawai bagian penagihan PT. Vega Data Indonesia. Konsumen tidak mendapatkan jaminan atas perlindungan data pribadinya yang seharusnya dirahasiakan.
2. “Hak atas informasi yang benar, jelas, jujur, mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa (Pasal 4 huruf c)”. Merujuk pada Pasal 4

huruf c UUPK, dalam kasus tersebut konsumen tidak mendapatkan hak tersebut karena PT. Vega Data Indonesia melakukan promosi penawaran yang tidak benar atau membohongi konsumen melalui *short message service* (selanjutnya disebut SMS) dan/atau melalui *facebook* yang berisi tawaran pinjaman dan *link* aplikasi tanpa memberitahukan informasi yang jelas tentang jasa yang ditawarkan. Hak atas informasi yang benar dan jujur juga dilanggar oleh PT. Vega Data Indonesia dengan menyesatkan konsumen dengan informasi yang menyesatkan dimana dalam syarat dan ketentuan pelaku usaha mencantumkan bahwa aplikasi pinjaman online telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Akan tetapi, PT. Vega Data Indonesia belum terdaftar di OJK. Dengan kata lain, PT. Vega Data Indonesia merupakan *fintech illegal*. Promosi yang dilakukan oleh PT. Vega Data Indonesia telah membuat banyak konsumen tertipu karena tergiur dan akhirnya melakukan pinjaman melalui aplikasi pinjaman online yang ditawarkan.

PT. Vega Data Indonesia telah melanggar kewajibannya sesuai ketentuan Pasal 7 huruf a UUPK kewajibannya dengan tidak beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya dengan menipu konsumen melalui pernyataan bahwa aplikasi pinjaman onlinenya sudah resmi terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Terkait promosi yang dilakukan oleh PT. Vega Data Indonesia, pada “Pasal 7 huruf b UUPK dijelaskan pula bahwa kewajiban sebagai pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Dalam hal ini pelaku usaha telah melanggar kewajibannya dengan tidak memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jasa” pinjaman online berbasis aplikasi melalui promosi yang ditawarkan maupun mengenai informasi tentang telah didaftarkan aplikasi tersebut di OJK. Pelanggaran pelaku usaha dikaitkan dengan larangan bagi pelaku usaha dalam UUPK yakni pelanggaran terhadap “Pasal 8 ayat (1) huruf f yaitu memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan

atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Pelaku usaha dalam menjalankan usaha pinjaman online berbasis aplikasinya tidak sesuai dengan apa yang dicantumkan pada syarat dan ketentuan yang dibuatnya”. Pasal yang dilanggar oleh PT. Vega Data Indonesia selanjutnya adalah “Pasal 10 huruf c yaitu 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 kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa”.

Dalam hal ini, promosi dan pernyataan dalam syarat dan ketentuan pada aplikasi pinjaman online oleh PT. Vega Data Indonesia yang didalamnya terdapat informasi terkait bahwa jasa keuangan pinjaman online tersebut sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan.

Pelanggaran PT. Vega Data Indonesia terhadap para konsumennya sebagai pelaku usaha juga dapat dikaitkan dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yakni Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan yang menyatakan bahwa:

- a. “Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
- b. Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).”

Merujuk pada pasal 65 tersebut, dapat diuraikan unsur-unsur pelanggaran oleh PT. Vegadata Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Pelaku Usaha, pelaku usaha yang dimaksud adalah PT. Vegadata Indonesia;
2. Memperdagangkan, PT. Vegadata Indonesia melakukan kegiatan perdagangan, PT. Vegadata Indonesia memperdagangkan jasa keuangan;

3. Barang atau jasa, dalam hal ini yang diperdagangkan adalah jasa, dimana hal tersebut diatur dalam pasal 4 ayat (2) termasuk didalamnya jasa yang diperdagangkan adalah jasa keuangan berupa pinjaman online melalui sistem elektronik;
4. Wajib menyediakan data atau informasi secara lengkap dan benar, namun informasi bahwa pinjaman online oleh PT. Vegadata Indonesia sudah diawasi dan telah terdaftar oleh OJK ternyata tidak benar.

UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) juga memberikan pengaturan terhadap promosi oleh pelaku usaha “hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan oleh konsumen. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 9 UU ITE yang menyebutkan bahwa”:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”

Sehingga dengan demikian, promosi yang dilakukan oleh PT. Vega Data Indonesia juga telah melanggar ketentuan Pasal 9 UU ITE tersebut.

Perkara PT. Vega Data Indonesia dengan Duan Xiao Liang alias Teddy, yakni merupakan koordinator karyawan bagian penagihan sebagai terdakwa diajukan ke persidangan dengan dakwaan yang disusun secara alternatif, dan berdasar pada fakta-fakta hukum yang terkuap dalam persidangan, selanjutnya Majelis Hakim dalam memberikan pertimbangannya pada kasus ini, membuktikan dakwaan kedua “yaitu Pasal 62 ayat (1) Jo Pasal 8 ayat (1) huruf f UU R.I. No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen Jo Pasal 55 ayat (1) ke-1 KUHP, yang unsurnya adalah sebagai berikut”:

1. “Pelaku Usaha”;

Bahwa berikutnya “pelaku usaha” menurut Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen merujuk kepada subyek yang didakwa melakukan tindak pidana dimaksud, unsur ini bermaksud untuk meneliti secara melanjut mengenai apakah orang yang berkedudukan sebagai Terdakwa pada kasus tersebut adalah betul pelaku atau bukan. Hal tersebut untuk menghindari adanya “*error in persona*” dalam menghukum seseorang;

Berdasarkan hal diatas, terdakwa Duan Xiao Liang alias Teddy adalah orang atau pelaku tindak pidana, sehingga dalam hal ini tidak terjadi *error in persona*, oleh karenanya majelis hakim berkesimpulan unsur pelaku usaha telah terpenuhi dan terbukti menurut hukum.

Penulis sependapat dengan majelis hakim dimana terdakwa Duan Xiao Liang alias Teddy dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum karena ia bekerja di PT. Vega Data Indonesia dengan jabatan koordinator *Desk Collection* pada PT. Vega Data Indonesia.

2. “Yang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa, yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”;

Bahwa dalam menyediakan Aplikasi Pinjaman Uang Berbasis Teknologi Informasi kepada masyarakat, pihak PT. Vega Data Indonesia melalui karyawannya menyebarkan tawaran atau promosi melalui SMS ke nomor-nomor Handphone yang dimiliki masyarakat secara acak berisikan *link* Aplikasi TOKO TUNAI dan *link* Aplikasi KASCAS maupun melalui media sosial *facebook*, sehingga apabila masyarakat tertarik dengan tawaran pinjaman online tersebut maka masyarakat (calon nasabah/konsumen) dapat mengakses *link* yang disebarkan dan selanjutnya mengikuti arahan dari *link* tersebut.

Dalam menawarkan pinjaman, PT. Vega Data Indonesia telah menyatakan bahwa pinjaman uang melalui aplikasi TOKO TUNAI dan aplikasi KASCAS telah diatur dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

(OJK), dimana kenyataannya PT. Vega Data Indonesia tidak pernah mendapatkan ijin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Penulis sependapat dengan majelis hakim dimana atas penawaran yang dilakukan PT. Vega Data Indonesia melalui Aplikasi TONO TUNAI dan Aplikasi KASCAS telah banyak masyarakat / konsumen yang memanfaatkan jasa dari Aplikasi tersebut, akan tetapi PT. Vega Data Indonesia melalui Aplikasi TONO TUNAI dan *link* Aplikasi KASCAS belum terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

3. “Yang melakukan, yang menyuruh melakukan dan yang turut serta melakukan perbuatan”;

Majelis hakim menimbang, bahwa berdasarkan fakta hukum yang terungkap dalam persidangan, PT. Vega Data Indonesia sesuai dengan Akte Pendiannya Nomor 12 tertanggal 08 Mei 2019, susunan kepengurusannya yakni Saksi Li Zhao Yang yang menjabat sebagai Direktur, Zhou Haiying menjabat sebagai Komisaris, Feng Qian alias Olivia, dan Terdakwa Duan Xiao Liang alias Teddy yang bekerja pada PT.Vega Data Indonesia dengan menjabat sebagai Koordinator bagian penagihan dengan tugas utama sehari-hari menjaring konsumen yang memerlukan layanan jasa pusat panggilan. Dengan demikian, terbukti adanya hubungan kerja sama antar Terdakwa Duan Xiao Liang alias Teddy, Li Zhao Yang, dan Feng Qian alias Olivia dalam menawarkan pinjaman online berbasis aplikasi kepada konsumen.

Penulis sependapat dengan majelis hakim dimana unsur “Pasal 55 ayat (1) ke 1 KUHPidana telah terpenuhi dimana terdakwa melakukan tindak pidana bersama-sama dalam memproduksi dan/atau memperdagangkan jasa, yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan jasa” pinjaman online tersebut.

C. Perlindungan Konsumen atas Informasi yang Benar Terhadap Promosi Produk dalam Transaksi Perdagangan Elektronik

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Terkait Lainnya

Perlindungan hukum bagi konsumen sangat diperlukan bagi konsumen mengingat fenomena yang seringkali terjadi dewasa ini, dimana kedudukan konsumen dirasa masih sangat lemah dibandingkan dengan posisi pelaku usaha, mengakibatkan banyak konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli barang dan/atau jasa secara langsung maupun melalui transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) serta untuk memberikan pengaturan akibat permasalahan yang timbul antara pelaku usaha dengan konsumennya dan memberikan kepastian hukum untuk memberi perlindungan bagi konsumen.

Berikutnya, penulis akan memaparkan bentuk Perlindungan Konsumen atas Informasi yang Benar Terhadap Promosi Produk dalam Transaksi Perdagangan Elektronik menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) dengan didukung beberapa peraturan terkait lainnya.

1. “Undang-Undang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), memuat tentang pasal-pasal yang dapat dijadikan pedoman maupun payung hukum bagi pelaku usaha maupun konsumen. Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa”

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Menurut “Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelanggaran terkait promosi oleh pelaku usaha, pelaku usaha maupun pengurus perusahaan dapat dikenakan sanksi pidana sesuai sanksi pidana yang diatur oleh UUPK dalam Pasal 62 yaitu”:

- a. “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- b. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- c. Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.”

Dalam Pasal 63 “terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
 - b. pengumuman keputusan hakim;
 - c. pembayaran ganti rugi;
 - d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
 - e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
 - f. pencabutan izin usaha.”
2. Terkait promosi oleh pelaku usaha, UU ITE turut memberi perlindungan terhadap “hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan oleh konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 9 UU ITE yang menyatakan bahwa”:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”

Bentuk “sanksi pidana yang diberikan oleh UU ITE terdapat dalam Pasal 45A ayat (1) yakni berupa dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”. UU ITE tidak menetapkan sanksi administratif.

3. Seperti kaitannya dengan UUPK dan UU ITE, “Undang-Undang Perdagangan memberikan kewajiban penyediaan informasi dan/atau data yang benar dan lengkap bagi setiap pelaku usaha atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan dengan menggunakan sistem elektronik. Pelanggaran terkait promosi oleh pelaku usaha dalam Undang-Undang Perdagangan diatur dalam Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan”.

Informasi yang wajib disajikan oleh pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam “Pasal 65 ayat (4) tercantum dalam kontrak perjanjian yang tersedia secara elektronik (kontrak elektronik) dan di dalam kontrak tersebut juga terdapat klausula baku yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha. Kontrak elektronik dalam hal ini disebut juga dengan syarat dan ketentuan (*term of use* atau *term and conditions*), yang apabila konsumen telah menyetujui persyaratan yang ada didalam kontrak tersebut, maka konsumen dapat menekan tombol terima atau *accept* dan kemudian kontrak elektronik tersebut mengikat para pihak”.

Bentuk “sanksi pidana yang diberikan oleh Undang-Undang Perdagangan kepada pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar terdapat dalam Pasal 115” yang berbunyi:

“Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai

dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah)”.

Keterkaitan antar UUPK, UU ITE, dan Undang-Undang Perdagangan adalah ketiganya tidak bisa berdiri sendiri dikarenakan bersifat saling melengkapi atau komplementer dalam memberi aturan terkait perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik khususnya terkait promosi oleh pelaku usaha. Hal ini digambarkan jelas oleh UUPK yang merupakan pedoman utama secara umum untuk perlindungan terhadap konsumen secara konvensional, sedangkan Undang-Undang Perdagangan yang mengatur tentang transaksi perdagangan elektronik masih membutuhkan UU ITE selaku acuan umum dalam memberikan pengaturan terkait penggunaan sistem elektronik.

Selain dalam bentuk undang-undang, pengaturan terkait promosi oleh pelaku usaha khususnya dalam bidang *Financial Technology* (selanjutnya disebut *fintech*) juga diatur dalam bentuk “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan (selanjutnya disebut POJK 1/2013) dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/SEOJK.07/2014 Tahun 2014 tentang Penyampaian Informasi dalam Rangka Pemasaran Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan (selanjutnya disebut SEOJK 12/2014)”.

Pasal 19 POJK 1/2013 mengatur bahwa “Pelaku Usaha Jasa Keuangan (selanjutnya disebut PUJK) dilarang melakukan penawaran produk dan/atau layanan kepada konsumen dan/atau masyarakat melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan Konsumen”². Selanjutnya dalam penjelasan “Pasal 19 POJK 1/2013 dijabarkan bahwa yang dimaksud dengan sarana komunikasi pribadi adalah sarana komunikasi yang bersifat *personal* misalnya antara lain *email*, *SMS*, dan *voicemail*”.

² Pasal 19 POJK 1/2013

Jika pihak pelaku usaha *fintech* hendak menyampaikan informasi tawaran produk atau jasa keuangannya melalui media komunikasi seperti SMS, *email*, maupun telepon, maka pelaku usaha harus mematuhi peraturan yang sudah diatur dalam SEOJK 12/2014. Berdasarkan Bagian V angka 4 SEOJK 12/2014,

“Dalam hal penyampaian informasi melalui sarana komunikasi pribadi (telepon, *text message*, *email*, dan yang dapat dipersamakan dengan itu) atau kunjungan langsung harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- a. Komunikasi hanya dapat dilakukan pada hari Senin sampai dengan Sabtu diluar hari libur nasional dari pukul 08.00–18.00 waktu setempat, kecuali atas persetujuan atau permintaan calon Konsumen atau Konsumen;
- b. Menginformasikan nama PUJK dan menjelaskan maksud dan tujuan terlebih dahulu sebelum menawarkan produk dan/atau layanan PUJK; dan
- c. Dalam hal PUJK menggunakan sarana komunikasi pribadi berupa telepon:
 - 1) PUJK wajib menyediakan dan menggunakan alat rekam suara
 - 2) Jika diperlukan sebagai alat bukti adanya perbuatan hukum yang dilakukan oleh Konsumen dan PUJK di Pengadilan dan/atau diperlukan oleh Bidang Pengawas maka wajib disajikan dalam hasil cetakan dan/atau surat yang ditandatangani oleh Konsumen; dan
 - 3) Alat rekam suara yang menyampaikan persetujuan Konsumen yang disajikan dalam hasil cetakan dapat dipersamakan dengan pernyataan persetujuan tertulis yang ditandatangani oleh Konsumen.”³

³ Bagian V angka 4 Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/SEOJK.07/2014 Tahun 2014 tentang Penyampaian Informasi dalam Rangka Pemasaran Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan.

Sanksi bagi PUJK yang melanggar ketentuan dalam POJK 1/2013 diatur dalam Pasal 53 POJK 1/2013 ayat (1) yang berbunyi:

“PUJK dan/atau pihak yang melanggar ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini dikenakan sanksi administratif, antara lain berupa:

- a. Peringatan tertulis;
- b. Denda yaitu kewajiban untuk membayar sejumlah uang tertentu;
- c. Pembatasan kegiatan usaha;
- d. Pembekuan kegiatan usaha; dan
- e. Pencabutan izin kegiatan usaha.”⁴

Perlindungan hukum bagi konsumen meliputi dua hal, yaitu: perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.

1. “Perlindungan Hukum Preventif”

Menurut Philipus M. Hadjon, “perlindungan hukum preventif adalah bentuk perlindungan hukum dimana masyarakat diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapat sebelum suatu keputusan pemerintah memperoleh bentuk yang administratif.”⁵ Perlindungan hukum preventif ini merupakan upaya hukum yang sangat penting untuk mencegah berbagai permasalahan yang timbul karena perdagangan secara elektronik yang menggunakan media internet”. Bentuk perlindungan secara preventif agar tidak terjadi kerugian bagi konsumen dapat berupa:

- a. “Pembinaan terhadap konsumen”

Pembinaan terhadap konsumen diatur dalam Pasal 29 ayat (1) UUPK yaitu: “Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggara perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya

⁴ Pasal 53 ayat (1) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.

⁵ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), hal. 5.

hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku.usaha”.⁶

Pembinaan terhadap konsumen perlu diberlakukan jika menimbang seringkali kadar kesadaran konsumen terhadap hak-haknya masih rendah dan lemahnya posisi konsumen jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Oleh karenanya, pemerintah menjalin kerjasama dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) berupaya melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan bagi konsumen.⁷

b. “Pengawasan Terhadap Konsumen”

Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan bagi konsumen dan penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya dilaksanakan oleh pemerintah, masyarakat, dan LPKSM. Jika hasil pengawasan menunjukkan terjadinya penyimpangan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, maka pelakunya dapat dikenakan sanksi menurut peraturan yang berlaku.⁸ “Pengaturan mengenai pengawasan terhadap konsumen terdapat dalam Pasal 30 ayat (1) UUPK yaitu”:

“Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat”.⁹

2. “Perlindungan Hukum Represif”

Menurut Philipus M. Hadjon, “perlindungan hukum represif merupakan bentuk perlindungan hukum dimana lebih diarahkan dalam

⁶ Pasal 29 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁷ Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 140-141.

⁸ Burhanuddin S., *Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hal. 94.

⁹ Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

bentuk penyelesaian sengketa.¹⁰ Penyelesaian sengketa dalam UUPK diatur dalam Pasal 45 ayat (2) yaitu”,
“Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.¹¹

Upaya perlindungan hukum represif dalam transaksi perdagangan elektronik dapat ditempuh melalui jalur (pengadilan) litigasi dan non litigasi (di luar pengadilan).

a. Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Berdasarkan “Pasal 48 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45. Jika dikaitkan dengan Pasal 45, penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan hanya dimungkinkan apabila para pihak yang bersengketa belum menempuh upaya untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dan upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan telah dinyatakan tidak berhasil atau gagal oleh salah satu pihak atau oleh kedua belah pihak yang bersengketa”.

Dalam kasus perkara pidana PT. Vega Data Indonesia, penyelesaian sengketa ditempuh melalui jalur pengadilan negeri dengan terdakwa Duan Xiaoliang alias Teddy selaku koordinator *staff desk collection* pada PT. Vega Data Indonesia. Dalam putusannya, majelis “hakim menjatuhkan sanksi pidana penjara selama 9 (sembilan) bulan 15 (lima belas) hari akibat terbukti secara sah dan bersalah melakukan tindak pidana bersama-sama memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa, yang tidak sesuai

¹⁰ Philipus M Hadjon, *Op.Cit.*,5.

¹¹ Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa” pinjaman online tersebut.

b. Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan

1) Penyelesaian Sengketa Secara Damai

Penjelasan “pasal 45 ayat (2) UUPK menyatakan bahwa tidak menutup kemungkinan penyelesaian penyelesaian sengketa konsumen secara damai oleh para pihak yang bersengketa”.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui yang dikehendaki adalah agar penyelesaian damai merupakan upaya yang terlebih dahulu ditempuh oleh para pihak yang bersengketa sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui BPSK atau disebut juga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

2) Penyelesaian Sengketa Melalui BPSK

Selain melalui badan peradilan umum, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memberikan alternatif bagi konsumen yang merasa mengalami kerugian untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha di luar badan peradilan, yakni gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Prosedur gugatan melalui BPSK dilakukan berdasarkan kesukarelaan oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Pengajuan gugatan melalui BPSK hanya berlaku terhadap gugatan secara perorangan, sedangkan jika gugatan secara berkelompok (*class action*) gugatan diajukan kepada badan peradilan umum.¹² BPSK merupakan pengadilan khusus untuk mengadili sengketa konsumen (*small claim court*) yang diharapkan dapat memberi jawaban terhadap tuntutan konsumen sehingga proses perkara berlangsung secara cepat, sederhana,

¹² Celina, *Op.Cit.*, hal. 126.

dan murah. Cepat dikarenakan undang-undang telah mengatur bahwa dalam tenggang waktu 21 hari kerja BPSK wajib memberikan putusnya. Mudah dikarenakan prosedur administrasi dan prosedur pengambilan putusan sederhana. Murah dikarenakan biaya perkara yang terjangkau.¹³

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bentuk pelanggaran kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Vega Data Indonesia selaku pelaku usaha dalam kasusnya meliputi beberapa ketentuan, baik UUPK, dan beberapa peraturan terkait seperti UU Perdagangan dan UU ITE. Adapun larangannya diatur dalam “Pasal 8 ayat (1) huruf f UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, Pasal 65 Undang-Undang No.7 Tahun 2014. Pelaku usaha juga melanggar ketentuan Pasal 9 UU ITE. Kegiatan promosi PT. Vega Data Indonesia telah memenuhi unsur dari ketiga pasal tersebut. Dengan demikian konsumen tersebut menderita kerugian akibat promosi yang menyesatkan oleh PT. Vega Data Indonesia. Hak atas informasi yang benar dan/atau jelas merupakan salah satu hak konsumen yang harus dihormati dan dilindungi tepatnya pasal 4 huruf c UUPK yang patut dan wajib ditaati oleh pelaku usaha. Kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa diatur pada Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Permasalahan terkait informasi yang benar dan/atau jelas terhadap promosi barang dan/atau jasa diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara umum pada Pasal 8 sampai dengan Pasal 16 UUPK, dan secara khusus pada Pasal 17 UUPK, yang mengatur perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha”.

¹³ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 99.

2. Bentuk perlindungan hukum konsumen yang ada meliputi dua hal, yaitu perlindungan dalam arti pencegahan (preventif) yakni bentuk perlindungan hukum dimana kepada rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif serta perlindungan hukum represif (penindakan) yakni bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa. Bentuk perlindungan preventif (pencegahan) adalah pembinaan dan pengawasan terhadap konsumen, sedangkan bentuk perlindungan represif meliputi upaya penyelesaian sengketa melalui jalur (pengadilan) litigasi dan non litigasi (di luar pengadilan). Perlindungan hukum bagi konsumen pengguna jasa pinjaman online oleh PT. Vega Data Indonesia merupakan perwujudan bentuk perlindungan hukum represif.

Perlindungan hukum bagi konsumen sangat diperlukan bagi konsumen mengingat fenomena yang sering terjadi saat ini, dimana kedudukan konsumen dirasa masih sangat lemah dibandingkan dengan posisi pelaku usaha, mengakibatkan banyak konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli barang dan/atau jasa secara langsung maupun melalui transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) serta adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen untuk memberikan pengaturan akibat permasalahan yang timbul antara pelaku usaha dengan konsumennya.

B. Saran

1. Bagi konsumen harus waspada dan lebih jeli dalam menerima informasi dalam suatu tawaran atau promosi. Agar dalam hal ini konsumen tidak merasa dirugikan atas barang dan/atau jasa yang dibeli atau digunakan. Hal ini untuk mewaspadaai adanya informasi yang tidak benar yang terdapat pada suatu iklan. Konsumen diharapkan memeriksa terlebih dahulu data dan informasi-informasi yang diberikan oleh pelaku usaha khususnya dalam transaksi perdagangan elektronik.

2. Bagi pihak pelaku usaha seharusnya memberikan informasi yang benar dan/atau jelas dengan jujur terhadap segala sesuatu yang disampaikan melalui tawaran dan/atau promosi karena informasi ini yang akan dijadikan pertimbangan konsumen dalam membeli atau memanfaatkan suatu produk agar tidak ada lagi konsumen yang merasa dirugikan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*. (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987).
- Harianto, Dedi. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika 2008).
- Nugroho, Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).
- S., Burhanuddin. *Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*. (Malang: UIN-Maliki Press, 2011).

B. Peraturan Perundang – Undangan

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/SEOJK.07/2014 Tahun 2014 tentang Penyampaian Informasi dalam Rangka Pemasaran Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan.