

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN  
AKIBAT PENIPUAN OLEH PT GRAB TOKO INDONESIA BERDASARKAN  
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN  
KONSUMEN (KASUS: DESTY NURCAHYANI DENGAN PT GRAB TOKO  
INDONESIA DI TAHUN 2020)**

**Tamar Lidya Anggaristi P.P**

(Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)

(E-mail: tamarlidya@gmail.com)

**Mariske Myeke Tampi**

(Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) di Universitas Diponegoro (2008), Magister Hukum (M.H.) di Universitas Kristen Satya Wacana (2012)  
(E-mail: marisket@fh.untar.ac.id)

**Abstract**

*The world is currently undergoing changes, where currently all use online-based information technology. Starting from learning activities, working, playing to shopping. In modern times like today, most people have switched from shopping in conventional markets to shopping online through e-commerce or marketplaces. In the midst of sophisticated technological conditions, it is possible to fulfill all needs through e-commerce, because almost all primary or secondary human needs are available in it. The advantage of transacting online is that it is easier, faster and more practical. But besides the advantages, shopping online certainly has a weakness, namely, we cannot see the goods directly before buying, the goods that have been ordered reach the consumer in a damaged condition due to online shipping expeditions, and fraud is often committed by business actors against consumers or buyers. So if there is a dispute between business actors and consumers, legal protection efforts are needed for consumers who are harmed or experience fraud with the aim of fulfilling their rights as consumers and business actors are required to carry out their obligations in accordance with applicable laws and regulations.*

*Keywords: legal protection, consumer protection, e-commerce, deception*

**I. PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang**

Pada era modern seperti sekarang ini, teknologi memiliki peran yang vital dalam kehidupan manusia. Adapun teknologi yang dipakai oleh manusia sekarang ini salah satunya berbentuk jaringan global yang disebut dengan internet. Secara definisi, internet adalah sebuah alat penyebaran informasi secara global, sebuah mekanisme

penyebaran informasi dan sebuah media untuk berkolaborasi dan berinteraksi antar individu dengan menggunakan komputer tanpa terhalang batas geografis<sup>1</sup>. Selain memberikan keuntungan bagi penjual, *online shop* tersebut juga dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi konsumen. Selain dapat menghemat waktu berbelanja, barang atau jasa yang ditawarkan melalui *online shop* terkadang lebih banyak dan bervariasi dibandingkan dengan toko konvensional. Selain itu, *online shop* menawarkan kemudahan dalam pengiriman barang yang telah dipesan oleh konsumen dengan mengirimkan pesanan langsung ke alamat pemesan melalui jasa kurir. Konsumen juga mendapatkan efisiensi waktu dan tenaga karena transaksi cukup dilakukan via internet. Selain beberapa keuntungan tersebut, terdapat keuntungan khas yang tidak dimiliki oleh sebagian besar toko konvensional, yaitu konsumen dapat berbelanja dan melakukan transaksi selama 24 jam.<sup>2</sup>

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor *e-commerce* mengalami pertumbuhan yang pesat. Hingga September 2020, tercatat pertumbuhan volume transaksi *e-commerce* mencapai 150,16 juta transaksi, meningkat 79,38% setiap tahunnya dari 83,71 juta transaksi pada September 2019. Meningkatnya transaksi *e-commerce* di Indonesia antara lain disebabkan oleh perkembangan teknologi yang selaras dengan berkembangnya *e-commerce* sebagai sektor ekonomi baru, serta berkembangnya masyarakat kelas menengah.<sup>3</sup>

*World Trade Organization* (WTO) menyatakan bahwa terdapat beberapa kelebihan *e-commerce* yang menjadi faktor pendukung utama masyarakat beralih kepada *e-commerce*, antara lain:<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Rieyke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: Andi, 2002), hal.1.

<sup>2</sup> Nuryanti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Media Neliti*, Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM), (Volume 21 (4), 2013).

<sup>3</sup> Maria Elena, *Transaksi E-Commerce Meningkat 79,38 Persen di Tengah Resesi Ekonomi*, diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201109/9/1315333/transaksi-e-commerce-meningkat-7938-persen-di-tengah-resesi-ekonomi>. tanggal 9 November 2020 pukul 16.06 WIB.

<sup>4</sup> Ibid.

1. *e-commerce* memiliki jangkauan yang luas terhadap berbagai lapisan masyarakat/pelanggan;
2. informasi *e-commerce* yang berbasis *website* dapat diakses dengan mudah dan *up to date*;
3. *e-commerce* dapat mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dalam mendistribusikan produknya kepada khalayak;
4. *e-commerce* memiliki efisiensi waktu yang tinggi, biaya murah, dan informatif; dan
5. *e-commerce* menjamin kepuasan pelanggan dengan pelayanan berbasis elektronik yang cepat, aman dan akurat.

Namun demikian, *e-commerce* juga memiliki beberapa kelemahan. Metode transaksi elektronik yang menjadi basis transaksi *e-commerce* secara otomatis tidak memungkinkan pelaku usaha dan konsumen bertemu secara langsung. Hal tersebut dapat berpotensi menimbulkan ketidakamanan transaksi dalam hal pembajakan kartu kredit milik orang lain, akses ilegal ke dalam sistem informasi (*hacking*), hingga pencurian data.<sup>5</sup> Selain *online shop*, jenis *e-commerce* yang saat ini sedang berkembang secara pesat di Indonesia adalah pasar *online (marketplace)*. Adapun *marketplace* merupakan tempat berkumpulnya antara penjual dan pembeli dalam sebuah situs *website*.<sup>6</sup> Terdapat beberapa kelebihan yang dimiliki oleh *marketplace* dibandingkan dengan model jual beli di forum, jejaring sosial, ataupun iklan baris, antara lain:<sup>7</sup>

- 1) fasilitas rekening bersama yang gratis;
- 2) penjual dapat menentukan minimal pembelian dan menetapkan sistem diskon untuk pembelian partai besar;

---

<sup>5</sup> Nuryanti, *Op.cit.*

<sup>6</sup> Cita Yustisia Serfiani, R. Serfianto D. Purnomo, dan Iswi Hariyani, *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 15.

<sup>7</sup> *Ibid.*

- 3) terdapat perhitungan ongkos kirim secara otomatis;
- 4) verifikasi pembayaran secara *online*; dan
- 5) pengecekan posisi pengiriman barang secara otomatis

Salah satu *marketplace* yang baru hadir di Indonesia adalah PT Grab Toko Indonesia. Sama seperti jenis *e-commerce* pada umumnya, PT Grab Toko Indonesia memberikan potongan harga hingga promo yang menarik perhatian masyarakat. PT Grab Toko Indonesia berani menjual barang-barang *branded* dengan harga miring. Sebagai contoh kasus, terjadi kasus penipuan yang dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia terhadap beberapa pembeli yang terjadi dalam kurun waktu November hingga Desember 2020. Salah satu kasus penipuan dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia terhadap Desty Nurcahyani yang membeli 2 (dua) buah ponsel dengan merk *iphone*. Adapun Desty yang merupakan salah satu korban penipuan melihat tawaran promo dan diskon besar-besaran yang ditawarkan oleh pihak PT Grab Toko Indonesia melalui iklan yang terdapat di media sosial. Selain itu, PT Grab Toko Indonesia juga memasang iklan di videotron yang terdapat di beberapa *mall*, televisi, dan media social, sehingga Desty percaya bahwa PT Grab Toko Indonesia sedang melakukan diskon secara besar-besaran. Namun ketika Desty telah membeli ponsel tersebut di *website* PT Grab Toko Indonesia, hingga beberapa minggu ponsel tersebut tidak kunjung datang.<sup>8</sup> Kemudian Desty bersama 4 (empat) orang lain yang mengalami penipuan dengan modus serupa mengadakan penipuan yang dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sekaligus pihak kepolisian. Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dinyatakan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Lebih lanjut lagi, Pasal 4 UUPK diatur tentang hak konsumen yang memberikan dan menjamin perlindungan bagi pembeli

---

<sup>8</sup> *Ibid.*

(konsumen) dalam melakukan transaksi jual beli. Pasal 4 UUPK menjadi landasan hukum bagi konsumen untuk mendapatkan haknya sebagai pihak yang membeli barang/jasa.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Penulis hendak melakukan penelitian terhadap permasalahan terkait perlindungan hukum terhadap konsumen dengan studi kasus penipuan yang dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia dalam proposal skripsi yang berjudul: *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan akibat Penipuan Oleh PT Grab Toko Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Kasus: Desty Nurcahyani dengan PT Grab Toko Indonesia di tahun 2020)*

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat penipuan oleh PT Grab Toko Indonesia Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

#### **C. Metode Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan Penulis dalam penulisan ini yaitu metode penelitian hukum yang normatif. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada analisis dan konstruksi yang dilakukan secara sistematis, metodologis dan konsisten dan bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran sebagai salah satu manifestasi keinginan manusia untuk mengetahui apa yang sedang dihadapinya<sup>9</sup>. Penelitian hukum dilakukan untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi. Penelitian hukum (*legal research*) adalah menemukan kebenaran koherensi, yaitu adakah aturan hukum sesuai dengan prinsip hukum, serta apakah tindakan seseorang sesuai dengan norma hukum atau prinsip hukum.

---

<sup>9</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 1986, hal. 3

## 2. Jenis dan Sumber Data

Metode Penelitian normatif terdapat 3 (tiga) macam bahan pustaka yang dapat digunakan, yakni:

### Bahan Hukum Primer

- a) Undang-Undang Noor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- b) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE);
- c) Pasal 378 KUHP tentang Penipuan

### Bahan hukum sekunder

- a) Literatur hukum
- b) Artikel internet
- c) Bahan non hukum yaitu KBBI

### Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan non-hukum.

## II. PEMBAHASAN

### **A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang dirugikan akibat Penipuan oleh PT Grab Toko Indonesia berdasarkan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

Berdasarkan UUPK sebagai peraturan perundang-undangan yang berlaku, dalam kegiatan bertransaksi antara pelaku usaha dengan konsumen diatur mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha dan konsumen. Pemenuhan hak dan kewajiban ini berjalan apabila terjadi suatu pelanggaran dalam bertransaksi dan terjadi sengketa antara kedua belah pihak. Hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen jelas diatur dalam pasal 4 sampai 7 UUPK. Konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada lembaga yang berwenang mengatasi masalah konsumen,

yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan pihak Kepolisian (pihak pemerintah). Perlindungan akan di dapat dari pemerintah dalam hal ini lembaga yang berwenang mengatasi masalah perlindungan konsumen, sesuai dengan UU yang mengaturnya (UUPK). Dikarenakan disini adanya lingkup pidana dan faktor penipuan secara pidana yang diatur dalam pasal 378 KUHP pun terpenuhi dan pihak Grabtoko pun terbukti melakukan penipuan terhadap para konsumen (pembeli). Walaupun gugatan atas transaksi *online* seperti ini akan lebih sulit karena tidak ada keterangan tempat dan waktu yang jelas, dan hal inilah yang belum secara jelas diatur di dalam UU. Namun dengan kemajuan teknologi, ini akan bisa teratasi tentu tetap mengacu pada UU yang berlaku (UUPK).

#### **Asas dalam UUPK**

Perlindungan terhadap konsumen juga menjadi upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait yakni, masyarakat, pelaku usaha dan pemerintah. Berdasarkan itu pula maka Pasal 2 UUPK mengatur 5 asas:<sup>10</sup>

1. Asas manfaat;
2. Asas keadilan;
3. Asas keseimbangan;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen;
5. Asas kepastian hukum

Efektivitas bertransaksi secara online bahwa, mengacu pada UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang sudah ada pada tahun 1999, namun memang pada tahun itu belum marak adanya transaksi secara online seperti saat ini, dimana semuanya lebih mudah, cepat dan praktis. Masing-masing sistem berbelanja dan bertransaksi memiliki kelebihan dan kekurangannya, dan itu semua terdapat

---

<sup>10</sup> C.S.T Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hal. 38.



seluruh hak dan kewajiban bagi pihak pelaku usaha maupun konsumen yang terdapat di dalam UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut. Sudah menjadi hal yang wajib dalam bertransaksi baik secara online atau offline, asas-asas dalam pasal 2 UUPK perlu menjadi perhatian dalam bertransaksi baik kepada pelaku usaha maupun pihak konsumen. Adanya asas manfaat, asas keadilan (berlaku adil dan tidak curang) dalam bertransaksi, asas keseimbangan, asas keamanan dalam bertransaksi dan keselamatan konsumen, serta yang terpenting asas kepastian hukum bagi pihak pelaku usaha atau pihak konsumen. Berkaitan dengan kasus PT Grab Toko Indonesia atau dikenal dengan Grabtoko, berdasarkan Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka Grabtoko sama sekali tidak menjalankan kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana diatur dalam pasal 7 UUPK. Grabtoko menjadi *e-commerce* yang tidak menjalankan perannya sebagai pelaku usaha dengan baik dan proporsional sebagaimana diatur dalam pasal 7 UUPK. Pihak Grabtoko tidak memiliki itikad baik dalam menjalankan usahanya, sebab pihak Grabtoko telah terbukti melakukan penipuan dan menyebarkan berita bohong melalui iklan di media sosial dan papan videotron di jalanan dan mall.

Adapun Desty Nurcahyani yang merupakan salah satu korban penipuan melihat tawaran promo dan diskon besar-besaran yang ditawarkan oleh pihak PT Grab Toko Indonesia melalui iklan yang terdapat di media sosial, sehingga Desty percaya bahwa PT Grab Toko Indonesia (Grabtoko) sedang melakukan diskon secara besar-besaran seperti halnya *e-commerce* yang lainnya lakukan dalam mempromosikan produk mereka. Namun ketika Desty telah membeli ponsel tersebut di *website* PT Grab Toko Indonesia, hingga beberapa minggu ponsel tersebut tidak kunjung datang.<sup>11</sup> Kemudian, Desty bersama 4 (empat) orang lain yang mengalami penipuan dengan modus serupa mengadakan penipuan yang dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sekaligus pihak kepolisian.

---

<sup>11</sup> *Ibid.*



Kemudian pihak kepolisian menangkap CEO PT Grab Toko Indonesia, Yudha Manggala Putra untuk kemudian ditetapkan sebagai tersangka dalam kasus penipuan tersebut. Selain itu, pihak Grabtoko tidak benar-benar memberikan informasi dengan jujur, benar dan jelas mengenai keadaan dan jaminan barang yang mereka pasarkan melalui iklan di media sosial. Pihak Grabtoko juga hingga sampai saat ini belum memberikan kompensasi/ganti rugi kepada konsumen yang merupakan korban penipuan yang dilakukan oleh pihak Grabtoko.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka pihak Grabtoko telah terbukti secara sah dan meyakinkan telah melakukan pelanggaran dalam bertransaksi berdasarkan ketentuan yang ada yaitu dalam pasal 7 UUPK yang mengatur kewajiban Grabtoko sebagai pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hubungan hukum antara pihak Grabtoko sebagai pelaku usaha dan Desty (perwakilan salah satu korban) sebagai konsumen, tercantum juga di dalam pasal 1320 dan pasal 1338 KUHPdata, dimana dikatakan bahwa **pelaku usaha telah sepakat dengan apa yang telah dijanjikan ketika melakukan perjanjian dalam sebuah iklan, brosur, dan lain-lain**. Dengan adanya perjanjian tersebut, maka hal inipun dapat dijadikan sebagai perundang-undangan bagi pihak yang membuat, juga menjadi fenomena hukum yang ada mengenai pelaku usaha dan konsumen yang merupakan perdagangan barang serta jasa. Perlindungan hukum yang dapat diberikan terhadap konsumen dalam kasus ini, dimana konsumen (pembeli) yang mengalami penipuan yang dilakukan oleh pihak Grabtoko, akan mendapat haknya penuh sebagai konsumen sesuai dengan apa yang diatur di dalam pasal 4 UUPK dan hak konsumen secara umum.

Konsumen yang adalah korban penipuan yang dilakukan oleh pihak Grabtoko, akan menerima perlindungan yaitu pemenuhan hak-haknya sebagaimana diatur dalam UUPK dan hak konsumen secara umum untuk mendapatkan perlindungan berupa keamanan dalam bertransaksi, menerima informasi yang benar dan jelas, hak untuk memilih barang dan jasa, hak untuk didengar keluhan atas barang atau jasa, mendapat advokasi atau perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa secara patut dari

lembaga yang berwenang mengatasi permasalahan konsumen yakni BPKN (Badan Perlindungan Konsumen) dan LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat), hak untuk mendapatkan pembinaan dalam hal perlindungan konsumen, kepastian dalam mendapatkan ganti rugi dan kompensasi terhadap barang yang telah diperjanjikan, dan perlindungan dari hak-hak konsumen yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya dan bagaimana kepastian hukumnya apabila terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen (pembeli). Dengan demikian misalnya pelaku usaha, barang yang sudah diterima itu tidak boleh rusak, begitu juga dengan pelaku usaha seharusnya mempunyai syarat dan ketentuan. Adanya kebijakan seperti itu sehingga jika misalnya terdapat dari pihak pelaku usaha justru yang melakukan penipuan atau melakukan hal yang tidak diinginkan dalam bertransaksi (seperti halnya pihak Grabtoko), setidaknya ada ganti rugi yang diberikan kepada konsumen. Dalam hal ini, konsumen sudah beritikad baik walaupun barangnya belum dilihat dan belum jelas kepastiannya, tetapi pihak konsumen sudah mentransfer sejumlah uang.

### **B. Perlindungan Hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat penipuan oleh PT Grab Toko Indonesia berdasarkan Landasan Teori (Teori Perlindungan Hukum dan Teori Perlindungan Konsumen)**

Perlindungan hukum merupakan penyempitan arti dari perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum terkait dengan adanya hak dan kewajiban dalam hal yang dimiliki oleh manusia sebagai objek hukum dalam interaksinya dengan lingkungan sekitarnya. Sebagai subjek hukum, manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum<sup>12</sup>. Perlindungan hukum bagi konsumen adalah dengan melindungi hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar

---

<sup>12</sup> C.S.T Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hal. 38.

hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:

- a) Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
- b) Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar;
- c) Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Perlindungan hukum dibedakan menjadi 2 macam yaitu:

#### **a. Perlindungan Hukum Preventif**

Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban

#### **b. Perlindungan Hukum Represif**

Perlindungan Hukum Represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran. Seperti halnya dalam Perlindungan hukum secara represif, UU tersebut hadir sebagai peringatan dan rambu-rambu sebelum terjadi suatu pelanggaran atau sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Seperti yang telah dikatakan oleh narasumber Ibu Susanti Adi Nugroho dalam wawancara pada data hasil penelitian pada bab III, konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada lembaga yang berwenang mengatasi masalah konsumen, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan pihak Kepolisian (pihak pemerintah). Perlindungan akan di dapat dari pemerintah dalam hal ini lembaga yang berwenang mengatasi masalah perlindungan konsumen, sesuai dengan UU yang mengaturnya (UUPK). Dikarenakan disini adanya lingkup pidana dan faktor penipuan secara pidana yang diatur dalam pasal 378 KUHP pun terpenuhi dan pihak Grabtoko pun terbukti melakukan penipuan terhadap para konsumen (pembeli). Kedua macam

perlindungan tersebut tentu sangat relevan apabila terjadi ketidaksesuaian antara sesama subyek hukum dengan aturan hukum itu sendiri, yang menyebabkan salah satu pihak mengalami kerugian baik secara materiil ataupun immateriil. Dalam hal inilah kedua macam perlindungan tersebut berperan dalam memberikan perlindungan kepada subyek hukum baik secara preventif yang artinya upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan. Perlindungan ini diberikan sebelum terjadinya pelanggaran terjadi, baik yang disebabkan oleh pelaku usaha ataupun konsumen. Perlindungan Preventif berbentuk peringatan, rambu-rambu, batasan-batasan serta peraturan untuk mencegah terjadinya pelanggaran. Perlindungan ini dijabatani oleh lembaga yang berwenang untuk mengatasi masalah sengketa yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen yaitu BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) dan juga melalui pengawasan terhadap setiap pencantuman perjanjian atau dokumen yang mencantumkan klausula baku yang merugikan konsumen. Perlindungan juga dapat diberikan secara represif dimana apabila telah terjadi suatu pelanggaran atau sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, yang merupakan perlindungan akhir berupa peraturan mengenai denda, sanksi dan hukuman tambahan.

### **3. Teori Perlindungan Konsumen**

Prinsip-prinsip yang muncul mengenai kedudukan konsumen dalam upaya perlindungan terhadap konsumen dalam hubungan hukum yang berasal dari doktrin atau teori yang dikenal dalam sejarah hukum perlindungan konsumen. Termasuk dalam kelompok ini adalah:<sup>13</sup>

#### **a) Let the buyer beware**

Asas ini menyatakan bahwa konsumen dan pelaku usaha adalah dua pihak yang sangat seimbang sehingga tidak diperlukan proteksi apapun bagi konsumen. Menurut prinsip ini, dalam suatu hubungan jual beli secara perdata, yang wajib berhati-hati

---

<sup>13</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 61-64.

adalah pembeli, dan jika sampai membeli barang yang tidak layak itu adalah kesalahan dari pembeli.

#### **b) The due care theory**

Asas dan prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan suatu produk, baik barang ataupun jasa. Konsumen harus membentangkan bukti-bukti, pelaku usaha cukup bersikap menunggu. Dalam kenyataannya terlalu sulit bagi konsumen untuk menghadirkan bukti-bukti guna memperkuat gugatannya.

#### **c) The privity of contract**

Menurut prinsip ini, pelaku usaha wajib untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual.

#### **d) Kontrak bukan syarat**

Kontrak bukan syarat hanya berlaku untuk objek transaksi berupa barang dan sebaliknya, kontrak hanya dipersyaratkan untuk transaksi konsumen di bidang jasa.

Dalam zaman modern seperti saat ini, UUPK dirasa memang tidak cukup efektif mengingat perkembangan teknologi yang sangat pesat. Namun dengan hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen yang sangat jelas diatur dalam UUPK serta asas-asas yang memuat untuk mengatur hubungan hukum juga kegiatan bertransaksi, menjadi dasar hukum bagi pemerintah dalam menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen dan dalam hal memenuhi hak konsumen sebagaimana diatur dalam pasal 4 UUPK.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dirasa sudah tertinggal dan sudah tidak sesuai lagi dengan teknologi informasi yang sekarang telah berkembang secara pesat, dimana hampir setiap waktu ada aplikasi dan sistem baru. Kemudian juga ada penipuan-penipuan *online* yang misalnya terjadi dengan pihak Grabtoko ini. Jadi, diperlukan untuk mengusulkan revisi terhadap Undang-

Undang tersebut agar supaya larangan-larangan bagi pelaku usaha, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) itu perlu ditambahkan pasalnya agar supaya lebih jelas. Seperti dikutip di dalam Pasal 378 KUHP, penipuan berarti perbuatan dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu, martabat palsu, tipu muslihat atau kebohongan yang dapat menyebabkan orang lain dengan mudah menyerahkan barang, uang atau kekayaannya dan dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dinyatakan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, yang artinya bahwa Undang-Undang harus memberikan kepastian bagi kedua belah pihak. Dengan begitu, harus dilakukan revisi dan pembaruan mengingat kemajuan teknologi dan bertransaksi secara *online* saat ini. Berkaitan dengan kasus penipuan yang dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia (Grabtoko), dua macam perlindungan diatas (Preventif dan Represif) merupakan upaya yang sah untuk dilakukannya penyelesaian sengketa yang terjadi antara pihak Grabtoko sebagai pelaku usaha dan Desty sebagai salah satu korban dan juga korban penipuan lainnya. Upaya perlindungan hukum secara Preventif dan Represif menjadi landasan teori bagi upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan, sehingga tercipta suatu kepastian hukum bagi pelaku usaha (Grabtoko) untuk memenuhi kewajibannya sebagai pelaku usaha dan konsumen (Desty dan Korban penipuan Grabtoko lainnya) dengan ketentuan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang mengatasi secara khusus mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Dalam hal perlindungan hukum terhadap konsumen, berdasarkan kasus dan hal-hal yang telah penulis jabarkan diatas bahwa hak-hak konsumen harus diperhatikan sebab hak yang dimiliki oleh konsumen merupakan salah satu aspek terpenting di dalam kegiatan transaksi (hubungan jual-beli secara perdata) terutama secara *online*. Selain itu kewajiban pelaku usaha pun dalam memberikan perlindungan apabila telah terjadi suatu perjanjian dengan konsumen (*the privity of*

*contract*) atau hubungan kontraktual, perlu diperhatikan agar terciptanya kegiatan jual beli yang proporsional (seimbang) antara pelaku usaha dan konsumen.

Mengenai kasus penipuan yang dialami oleh beberapa korban sebuah *e-commerce* baru di Indonesia yakni Grab Toko yang tidak memenuhi hak-hak konsumen yaitu:

**1. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas serta jujur;**

Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur baik dari penawaran secara langsung atau melalui media seperti iklan, brosur, *endorsement*, *social media*, dengan tujuan untuk memberikan informasi yang sebenarnya mengenai barang yang dijual dengan detail harga serta potongan harga yang sesuai dengan apa yang ditawarkan.

**2. Hak konsumen untuk didengarkan pendapat serta keluhannya mengenai barang dan/atau jasa yang digunakan oleh konsumen.**

Desty Nurcahyani sebagai salah satu korban dan menjadi perwakilan korban serta beberapa dari korban yang mengalami penipuan oleh Grab Toko, telah mengadakan penipuan tersebut kepada BPKN dan kepolisian. Korbannya pun mencapai lebih dari 900 orang dengan kasus penipuan yang berbeda-beda. Dengan kebutuhan masyarakat yang sangat tinggi di zaman *modern* seperti saat ini, membuat masyarakat berlomba-lomba untuk membeli *gadget* yang *compatible* dengan kemajuan teknologi (*internet*) saat ini, yang otomatis membuat *e-commerce* terutama di Indonesia juga berlomba-lomba untuk menarik minat masyarakat untuk membeli barang dengan harga yang murah dan bersaing dengan *e-commerce* lainnya. Namun niat tersebut tak semua disambut dengan baik oleh sebagian pengusaha, yang membuat penawaran harga yang jauh lebih murah dari harga pasaran dengan tujuan menarik minat masyarakat yang pada akhirnya tak mampu untuk bertanggung jawab terhadap perbuatannya sehingga melanggar kewajiban sebagai pelaku usaha yang seharusnya memenuhi hak konsumen yang telah membayar barang tersebut di awal. Dengan kasus



seperti inilah semakin banyak penipuan transaksi secara *online* kian marak terjadi.

### **3. Hak konsumen untuk diperlakukan dan dilayani dengan jujur dan tidak diskriminatif**

Hak konsumen untuk diperlakukan secara jujur sangatlah penting demi untuk terciptanya kelancaran bertransaksi. Mengenai kasus ini, konsumen tidak diperlakukan dengan jujur, ada oknum-oknum dari pihak Grabtoko yang dengan sengaja melakukan penipuan demi meraih keuntungan pribadi, dan dilakukan dengan cara penawaran dan potongan harga serta detail yang sangat jelas sehingga membuat masyarakat (konsumen) tidak curiga. Selain hak konsumen, kewajiban pelaku usaha tak kalah penting untuk diperhatikan seperti :

1. Disini dapat dilihat bahwa seharusnya pelaku usaha (Grabtoko) tidak bersikap baik dan profesional dalam menjalankan kegiatan usahanya atau beretika dalam menjalankan usahanya, dimana pelaku usaha tidak boleh menjual dan menawarkan barang-barang yang tertera di dalam situs *website* GrabToko melalui iklan dan brosur dengan harga jauh dibawah pasaran dan potongan harga yang cenderung tidak masuk akal dan pada akhirnya merujuk pada berita bohong (penawaran palsu). Pelaku usaha harus memberikan informasi yang sebenarnya, jujur, dan jelas mengenai kondisi serta jaminan barang dan jasa tersebut, dan juga memberikan penjelasan pemakaian barang, perbaikan serta pemeliharaan.

2. Pelaku usaha sudah seharusnya dan bertanggung jawab dalam memberikan informasi yang sebenarnya mengenai pengadaan barang-barang berupa *handphone*, *laptop*, *digital camera*, arloji dan *playstation* dengan sebenar-benarnya kepada para pembeli terutama pembeli yang telah melakukan pembayaran melalui sistem transfer bank. Mengacu pada UU Nomor 8 tahun 1999, perlindungan konsumen sudah ada pada tahun 1999. Namun memang pada tahun itu belum marak adanya transaksi secara online seperti saat ini, dimana semuanya lebih mudah, cepat dan praktis. Masing-masing sistem berbelanja dan bertransaksi memiliki kelebihan dan kekurangannya, dan

itu semua terdapat seluruh hak dan kewajiban bagi pihak pelaku usaha maupun konsumen yang terdapat di dalam UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut. Terlebih lagi pada tahun tersebut, Indonesia belum marak melakukan transaksi secara *online* atau virtual.

UUPK dirasa sudah cukup efektif mengatur kegiatan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, selama tidak berkaitan dengan transaksi secara *online*. Berbelanja langsung dengan virtual memiliki sistem yang berbeda jadi perlindungan yang diberikan mungkin dirasa kurang jelas karena memang pada saat UU ini lahir, transaksi secara virtual dan online belum marak di Indonesia walau perlindungan yang diberikan oleh UU ini sudah efektif berjalan dari tahun 1999. Transaksi secara online tidak selamanya menguntungkan dan aman. Terdapat ingkar janji, sebagaimana kita ketahui seperti misalnya disaat ingin membuat perjanjian tercantum pada Pasal 1320 KUHPerdara, berarti masing-masing pihak telah tunduk pada pasal tersebut, dikarenakan sudah memenuhi yang namanya sahnya suatu perjanjian. Jika dilihat dalam Pasal 1338 KUHPerdara yang mana berarti perjanjian tersebut sudah menjadi Undang-Undang bagi yang membuat perjanjian tersebut. Jika dilihat dalam peraturan perundang-undangan juga memiliki kaitannya dengan perjanjian. Dalam hal ini konsumen sudah beritikad baik walaupun barangnya belum dilihat tetapi dia sudah mentransfer sejumlah uang (pihak konsumen sebelumnya telah melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening atas nama PT Grab Toko Indonesia).

### **Bentuk-bentuk Penipuan**

Berbagai macam bentuk penipuan dapat ditemukan dalam beberapa cara :

Penipuan harga *discount* (potongan harga), Penipuan barang tidak sesuai dengan pesanan dan Penipuan dengan cara berpura-pura menjual barang

Berdasarkan bentuk-bentuk penipuan yang sering terjadi dalam transaksi jual-beli secara *online* maka peraturan perundang-undangan yang dapat diterapkan dalam kasus penipuan tersebut ialah Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP),

Pasal 28 ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Pasal 9 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Kebijakan kriminalisasi diperlukan dan dalam tindak pidana penipuan jual-beli online ini diatur dalam Pasal 378 KUHP tentang Penipuan. Bentuk perlindungan hukum terhadap korban tindak pidana penipuan jual-beli online, yaitu berupa pemberian hak dan kewajiban korban serta pemberian restitusi dan kompensasi. Kompensasi diberikan oleh negara kepada korban pelanggaran hak asasi manusia (HAM) yang berat, sedangkan Restitusi merupakan ganti rugi pada korban tindak pidana yang diberikan oleh pelaku sebagai bentuk pertanggungjawabannya.<sup>14</sup>

Menurut Stephen Schafer, Kompensasi timbul dari permintaan korban dan dibayar oleh masyarakat atau merupakan bentuk pertanggungjawaban masyarakat atau negara (*the responsible of the society*), sedangkan Restitusi lebih bersifat pidana, yang timbul dari putusan pengadilan pidana dan dibayar oleh terpidana atau merupakan wujud pertanggungjawaban terpidana (*the responsibility of the offender*).<sup>15</sup> Kebijakan kriminalisasi merupakan suatu kebijakan dalam menetapkan suatu perbuatan yang semula bukan tindak pidana menjadi suatu tindak pidana. Maka dari unsur-unsur ini baru disimpulkan bahwa Pasal 378 KUHP tentang Penipuan dapat digunakan namun belum cukup efektif dalam menanggulangi tindak pidana tersebut. Namun dalam kasus ini, pihak pelaku usaha yakni PT Grab Toko Indonesia terbukti telah melakukan penipuan kepada konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK dan unsur-unsur penipuan dalam KUHP terpenuhi. Grabtoko telah melakukan wanprestasi karena sudah ada perjanjian atau kesepakatan di awal dengan pembeli, Grabtoko juga menggunakan media elektronik dalam memasarkan produk yaitu melalui website dan iklan yang ada di sosial media, Grabtoko juga melakukan pelanggaran yakni adanya ketidaksesuaian

---

<sup>14</sup> Chaerudin Syarif Fadilah, *Korban Kejahatan dan Perspektif Viktimologi*, (Jakarta, 2004).

<sup>15</sup> Stephen Schafer, *Victim and Criminal*, Random House, New York 1962., hal. 112.

terhadap apa yang telah diperjanjikan oleh konsumen. Perkembangan jaman yang makin pesat mengakibatkan munculnya berbagai macam produk yang semakin kompetitif di mata konsumen, selain dengan terus meningkatkan kualitas produknya, pelaku usaha haruslah memiliki sistem pemasaran yang baik, salah satunya dengan melalui iklan. Agar produk atau barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha memiliki nilai jual yang tinggi, terkadang pelaku usaha menghalalkan segala cara yaitu salah satunya adalah melalui iklan yang memuat janji muluk-muluk mengenai kegunaan, manfaat dan keberadaan barang atau produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Namun pada kenyataannya produk tersebut memiliki kegunaan dan manfaat yang tidak sesuai dengan janji yang ditawarkan dan bahkan keberadaan barang tersebut tidak ada, sehingga pemasaran melalui iklan tersebut telah membohongi konsumen. Untuk itu konsumen perlu diberikan perlindungan terhadap iklan-iklan yang menyesatkan. Peraturan yang mengatur perlindungan konsumen sangat diperlukan, karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi pelaku usaha. Kelemahan tersebut dikarenakan tidak adanya campur tangan konsumen pada proses produksi barang atau jasa yang diiklankan. Iklan yang baik haruslah memuat mengenai informasi yang benar, jujur, apa adanya, atau sesuai dengan kenyataan sebab mendapatkan informasi yang benar dan jujur adalah hak konsumen.<sup>16</sup>

Iklan menyesatkan adalah suatu berita pesanan yang mendorong, membujuk khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa seperti surat kabar atau majalah, namun isi berita yang disajikan belum diketahui kebenarannya. Dampak negatif yang ditimbulkan ialah konsumen akan mengalami kerugian karena salah dalam memilih atau membeli barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi yang dijanjikan pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi oleh hukum. Perlindungan hukum bagi konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam UUPK, yaitu dengan adanya pengaturan dalam Bab III Pasal 4

---

<sup>16</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, 2006, hal. 245.

sampai dengan Pasal 7 mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dan juga hak dan kewajiban pelaku usaha. Dalam Bab IV upaya UUPK untuk melindungi konsumen, yaitu terdapat aturan mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha yang mengiklankan produknya larangan-larangan tersebut dapat dilihat dalam Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13 dan Pasal 17. Bentuk lainnya untuk melindungi konsumen, yaitu dengan dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang diatur pada Bab VIII UUPK dari Pasal 31 sampai Pasal 43.

Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap iklan yang menyesatkan terdapat dalam UUPK khususnya terdapat dalam Pasal 20 yang menyatakan bahwa Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Sistem pembuktiannya diatur dalam Pasal 22 dan Pasal 28. Prinsip pertanggungjawaban yang terdapat dalam UUPK adalah *strict liability* atau tanggung jawab secara langsung atau mutlak. Tanggung jawab secara langsung tersebut tersirat dalam Pasal 7 sampai dengan pasal 11 dan lebih tegas dinyatakan dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK. Persaingan bisnis yang cukup keras dari pelaku usaha, akibatnya banyak pelaku usaha yang memakai cara tidak sehat untuk menarik konsumen untuk membeli produknya. Dalam bisnis yang sehat, praktik-praktik bisnis yang tidak jujur (*unfair trade practice*) sangat dilarang. Praktik-praktik semacam ini misalnya:<sup>17</sup>

Perbuatan yang bersifat bohong atau menyesatkan ialah Pernyataan menyesatkan mengenai sifat, ciri, standar, atau mutu-mutu barang, Pernyataan bohong dalam pemberian hadiah atau potongan harga, Iklan bohong, Penjualan produk yang disertai janji potongan harga apabila pembeli membawa serta calon pembeli lainnya kepada penjual, Penjualan produk yang tidak memenuhi standar keselamatan konsumen

Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

---

<sup>17</sup> Julieta Santi Simorangkir, *Tindak Pidana Penipuan Terkait Dengan Iklan Penjualan barang yang merugikan Konsumen*, Law Jurnal vol 4 No.1, tahun 2016, halaman 90.

Konsumen, mengamanatkan pembentukan lembaga yang akan menyelenggarakan perlindungan konsumen, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), sehingga melalui fungsi, tugas dan wewenang dari kedua lembaga tersebut diharapkan dapat mewujudkan perlindungan konsumen yang bersifat preventif. Peran lembaga yang bergerak dibidang perlindungan konsumen menjadi penting, yang terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Peran BPKN dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen merupakan ujung tombak di lapangan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen yang telah dirugikan atau yang telah menderita sakit. Perlindungan yang diberikan oleh lembaga BPKN kepada konsumen adalah melalui penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha dan juga melalui pengawasan terhadap setiap pencantuman perjanjian atau dokumen yang mencantumkan klausula baku yang merugikan konsumen. BPKN dalam hal ini berfungsi ganda, disatu sisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan kewenangan yudikatif untuk menyelesaikan sengketa konsumen dan disisi lain diberikan kewenangan eksekutif kepada BPKN untuk mengawasi pencantuman klausula baku yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu, dalam kasus penipuan yang dilakukan oleh PT Grab Toko Indonesia, upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan menjadi hal yang paling utama. Upaya perlindungan hukum baik secara preventif dan represif menjadi tolok ukur untuk menyelesaikan sengketa dalam kasus penipuan oleh PT Grab Toko Indonesia dengan Desty Nurcahyani dan korban penipuan lainnya.

### **III. PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan berupa saran sebagai berikut:

Upaya pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat pelaku usaha yakni oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab, bertindak sembarangan dan semena-mena sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen jelas sangat melanggar dan tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia yang mengatur tentang Konsumen yakni Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang mengatur bagaimana hak konsumen harus terpenuhi dan kewajiban pelaku usaha harus berjalan sesuai dengan apa yang telah diatur didalamnya. PT Grab Toko Indonesia (Grabtoko) menjadi salah satu contoh e-commerce / marketplace atau posisinya sebagai pelaku usaha yang tidak menjalankan usahanya dengan tidak jujur, tidak jelas dan tidak benar. Grabtoko tidak menjalankan kewajibannya dengan baik sebagai pelaku usaha yang seharusnya memenuhi apa yang telah diperjanjikannya dengan para konsumen. Grabtoko telah terbukti melakukan penipuan kepada para korban yang merupakan konsumen yang tertipu oleh iklan yang ditawarkan oleh pihak Grabtoko yang merupakan berita bohong.

Tindakan penipuan yang dilakukan oleh pihak Grabtoko telah memenuhi unsur-unsur penipuan yang diatur dalam UUPK yakni telah terjadi wanprestasi, menggunakan media elektronik internet dalam transaksi, menyebabkan kerugian salah satu pihak, dan barang yang diperdagangkan tidak sesuai dengan apa yang dikatakan para pihak. Maka dari unsur-unsur ini baru dapat disimpulkan bahwa Grabtoko telah melakukan penipuan dan memenuhi unsur penipuan yang diatur dalam Pasal 378 KUHP tentang Penipuan. Tanggung jawab secara langsung harus dipenuhi oleh Grabtoko untuk memenuhi hak konsumen dan dalam melaksanakan kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana diatur dengan jelas dalam Pasal 7 sampai dengan pasal 11. Lebih tegas dinyatakan dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK dan juga ditinjau dari Buku kedua KUHP Bab XXV (dua puluh lima), termasuk dalam ketentuan mengenai kejahatan perbuatan curang atau yang lebih dikenal dengan istilah penipuan, yang terdiri dari dua puluh Pasal, seperti Pasal 204 KUHP, Pasal



378 KUHP, Pasal 383 KUHP, Pasal 386 KUHP, dan Pasal 390 KUHP. Maka diperlukan adanya keseimbangan antara sistem hukum dan peraturan yang telah ada dengan berkembangnya informasi secara elektronik melalui teknologi yang ada. Selain keseimbangan, diperlukan juga pembaharuan terhadap peraturan yang mengatasi tentang kegiatan bertransaksi elektronik dengan tujuan untuk memenuhi hak konsumen dan penyelarasan pengaturan antara pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi melalui media elektronik dan demi tercapainya sebuah keadilan dan kepastian hukum bagi kedua belah pihak.

## **B. Saran**

1. Peraturan perundang-undangan yang berlaku yang mengatasi masalah konsumen yakni UUPK, diperlukan adanya perbaikan dan pembaharuan (revisi) agar pihak konsumen maupun pihak pelaku usaha dapat terlindungi dengan baik, mengingat zaman semakin berkembang dan maju dalam hal bertransaksi secara online dan perlu dipenuhi oleh pelaku usaha dalam bertransaksi, juga perlu adanya pengetahuan terhadap sistem yang berjalan secara elektronik melalui teknologi yang ada.

2. Masyarakat harus lebih waspada dan berhati-hati dalam bertransaksi secara online. Dengan begitu, diperlukan adanya pendalaman pengetahuan yang lebih, dalam memahami sistem bertransaksi melalui media elektronik antara pelaku usaha dan konsumen dalam marketplace yang ada secara jujur, benar dan jelas.

3. Pelaku usaha sebaiknya juga tidak melakukan tindakan yang kurang baik atau curang kepada konsumen. Pelaku usaha juga benar-benar memahami sistem bertransaksi melalui media elektronik dan benar-benar memahami serta menjalani kewajibannya dengan benar sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku sehingga meminimalisir terjadinya pelanggaran dan kejahatan bertransaksi secara online seperti penipuan.

4. Konsumen wajib melaporkan kepada lembaga hukum yang berwenang mengatasi masalah perlindungan hukum terhadap konsumen, agar nantinya oknum-

oknum tersebut dapat diproses secara hukum. Karena sudah seharusnya perlindungan hukum terhadap konsumen itu ditegakkan, dan para konsumen juga harus diberi pengetahuan yang lebih dalam hal ini. Lembaga perlindungan konsumen juga harus terus memperjuangkan hak-hak konsumen karena hak-hak konsumen harus diperhatikan demi terciptanya kebaikan, keadilan dan kepastian hukum bagi kedua belah pihak, dan supaya tidak ada lagi peristiwa dimana konsumen dirugikan akibat pelaku usaha yang tidak menjalankan kewajibannya dengan bertindak sembarangan, semena-mena dan tidak bertanggung jawab.

#### **IV. DAFTAR PUSTAKA**

##### **A. Buku**

- Fuady, Munir. 2008. Pengantar Hukum Bisnis-Menata Bisnis Modern di Era Global. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kansil, C.S.T. 1989. Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Raharjo, Satjipto. 2000. Ilmu Hukum. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Riduwan. 2010. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Serfiani, Cita Yustisia. et al. 2013. Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shidarta. 2000. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: Grasindo.
- Soekanto, Soerjono. 2010. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta: UI Press, 2010.
- Ustadiyanto, Riyeke. 2002. Framework E-Commerce. Yogyakarta: Andi.
- Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

##### **B. Peraturan Perundang-Undangan**

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

### **C. Jurnal**

Nuryanti. 2013. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Media Neliti. Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Volume 21 (4).

### **D. Website**

Lidyana, Vadia. 2021. Ratusan Konsumen Grabtoko Rugi Hingga Rp17 Miliar. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5332901/buset-ratusan-konsumengrabortkorugi-hingga-rp-17-miliar>. Detik Finance.

Elena, Maria. 2020. Transaksi E-Commerce Meningkat 79,38 Persen di Tengah Resesi Ekonomi, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201109/9/1315333/transaksi-e-commerce-meningkat-7938-persen-di-tengah-resesi-ekonomi>. Bisnis Ekonomi

Intan, Novia. 2020. Bank Dunia: Kelas Menengah jadi Kunci Indonesia Naik Kelas, <https://www.republika.co.id/berita/q4wwlh383/bank-dunia-kelas-menengah-jadi-kunci-indonesia-naik-kelas>. Republica