

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Bekerjanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia untuk Melindungi Konsumen yang Dirugikan dalam Jual Beli Produk Kecantikan Wajah yang dilakukan secara Online

Problematika persoalan perlindungan konsumen melalui transaksi jual beli online mendapat perhatian pemerintah Indonesia dengan mengeluarkan regulasi berupa perundang-undangan yang berkekuatan mengikat seluruh aktor yang terkait didalamnya mulai dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan kemudian diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan satu rangkaian dasar hukum yang keberkaitan satu dengan lainnya.

Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai menemukan gairahnya pada sekitar tahun 1970-an, yang ditandai dengan berdirinya Lembaga Swadaya Masyarakat (*non-governmental organization*) di bidang perlindungan konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 1973. YLKI muncul sebagai representasi kesadaran masyarakat akan perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan. Dampaknya yang muncul adalah tuntutan dari masyarakat akan kewajiban produsen menjamin keamanan atas produk atau jasa yang ditawarkan serta kehadiran pemerintah dalam menjamin hak masyarakat atas kerugian yang

ditimbulkan terhadap transaksi dan penggunaan produk yang diperoleh dari kesepakatan jual beli.

Bisnis jual beli *online* pada produk kecantikan wajah, biasanya penjual memasang gambar dalam situs website atau dalam media lainnya dengan menyertakan informasi kriteria barang tersebut, cara pemakaian, manfaat dari penggunaan produk kecantikan tersebut serta harganya sehingga konsumen dapat melihat dan jika tertarik dengan barang tersebut, maka pembeli dapat berkomunikasi via chatting terhadap penjual sesuai dengan yang dicantumkan dalam situs tersebut. Di dalam transaksi jual beli *online* ini, pembeli harus membayar terlebih dahulu, kemudian barang yang dibeli dikirim ke pembeli. Sehingga jika barang sudah di tangan pembeli dan ternyata tidak sesuai seperti yang ada digambar atau kriteria, maka pembeli tidak dapat komplain dan terpaksa harus tetap diterima karena sudah terlanjur membayar.¹

Transaksi bisnis jual beli *online* marak terjadi penipuan karena banyak pihak yang tidak bertanggung jawab atas barang atau produk yang dijualnya. Maka dari itu bisnis jual beli *online* bisa berjalan dengan baik apabila si penjual benar-benar jujur dalam menjual barang yang akan dijualnya. Selain itu dalam melakukan transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli akan membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli.²

¹ Cornelis Fabiandi, “*Analisis Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan Jual Beli Online*”, *Universitas Lampung*, II (Juni 2015), 28.

² Melisa Sumenge, “*Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual Beli Online*”, *Universitas Sam Ratulangi*, IV (November, 2013), 34.

Transaksi jual beli *online* memang mudah dan cepat tanpa harus bertatap muka dengan penjual, tetapi pembeli tidak dapat melihat langsung kondisi barang yang ingin dibeli. Jika dalam transaksi tersebut terdapat kecurangan atau pihak penjual melakukan suatu wanprestasi, maka dapat dikenakan sanksi yang sesuai, sehingga konsumen mendapat perlindungan hukum yang jelas.

Sering terjadi kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi melalui internet/online. Pada produk kecantikan wajah, produk yang dibeli dengan cara online setelah digunakan malah menimbulkan efek yang tidak baik pada kulit wajah. Hal tersebut disebabkan bahan-bahan yang terkandung pada produk tersebut tidak sesuai standarisasi yang telah ditetapkan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Konsumen di Indonesia yang dirugikan atas produk kecantikan wajah yang dibeli secara online jarang melakukan tindakan pengaduan atas kerugian yang dialaminya, karena konsumen belum banyak yang mengetahui akan haknya sebagai konsumen. Konsumen dapat mengadukan kepada pihak yang berwenang dengan menyebutkan bahwa pelaku usaha telah mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, dan kegunaan produk kecantikan wajah tersebut.

Pada pasal 4 huruf (e) dan (h) Undang-undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa, konsumen berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, serta berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Ketika pembeli telah menerima suatu produk kecantikan wajah yang dipesan secara online dan ternyata setelah digunakan tidak sesuai dengan

manfaat yang dicantumkan penjual dalam iklannya di marketplace, seharusnya konsumen tersebut mendapat perlindungan hukum atau mendapat ganti rugi yang sesuai dengan kecacatan atau kerugian yang timbul atas penggunaan produk kecantikan wajah tersebut. Seperti dijelaskan pada Pasal 19 UUPK yaitu pelaku usaha harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud di atas dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

Pelaksanaan perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap, baik dari pelaku usaha maupun konsumen. Pembinaan sikap tersebut dilakukan melalui pendidikan sebagai salah satu media sosialisasi. Karena itu pula pendidikan konsumen diperlukan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen³ Pendidikan konsumen tentu akan berhasil manakala masyarakat cukup sadar dan sudah tergugah untuk mencari informasi berkaitan dengan perlindungan konsumen. Hal tersebut yang dimanfaatkan oleh produsen “nakal” untuk tetap mengedarkan produk yang sebenarnya berbahaya untuk digunakan atau dikonsumsi.

³ Yusuf Sofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, di Bandung, penerbit Citra Aditya Bakti, 2003, p. 7.

Dengan munculnya organisasi lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang perlindungan konsumen, dapat bertindak mewakili konsumen (*consumer representation*) dengan bertujuan untuk melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.⁴ Artinya bahwa ketidaktahuan masyarakat akan perlindungan konsumen mulai terbantu dengan munculnya LSM perlindungan konsumen yang bergerak membantu memberikan informasi dan sampai pula pada pendampingan hukum bagi masyarakat yang tersangkut sengketa akibat dampak negatif yang timbul setelah menggunakan sebuah produk kecantikan wajah yang dibeli secara online.

Perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian atas produk kecantikan wajah dari transaksi online mutlak diperlukan oleh masyarakat sebagai salah satu objek perlindungan sebuah negara. Di dalam Ketentuan Umum Pasal 1 UUPK menyebutkan, “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁶

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari

⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal 34

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Ayat (1)

⁶ Pasal 1 Angka 1, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.⁷ Dari kalimat ini dapat dipahami bahwa konsumen memiliki ruang yang luas dalam hal mendapatkan perlindungan dan negara ikut menjamin dengan memberlakukan UUPK. Kunci dari pernyataan apa awal kalimat pada paragraph ini adalah pada poin “akibat-akibat dari pemakaian barang/jasa”. Masyarakat dalam ketidaktahuannya seringkali menjadi korban yang lemah dalam menuntut ganti rugi.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana. Artinya, segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen.⁸

Posisi hukum Jual beli menggunakan media online pada *market place*, media sosial, atau blog pribadi dalam pandangan hukum positif dapat dianalisis sebagai berikut : Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Bab VII Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Pasal 65 sebagai berikut:

1. Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.

⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal 22

⁸ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hal 22

2. 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).
3. Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
4. Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a. Identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai Produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
 - b. Persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - c. Persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan;
 - d. Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa; dan
 - e. Cara penyerahan barang.

Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.

Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administrasi berupa pencabutan izin.

Setiap *marketplace* mempunyai syarat dan ketentuan masing-masing dalam jual beli. Biasanya mereka mencantumkan syarat dan ketentuan yang

berlaku dicantumkan dalam blog atau website *marketplace* tersebut. Setiap syarat dan ketentuan yang berlaku pada berbagai penjual dalam jual beli online hampir sama, berikut dibawah ini sampel contohnya:

Jual Barang :

1. Pelapak bertanggung jawab secara penuh atas segala kemungkinan yang timbul di kemudian hari terkait dengan informasi yang dibuatnya, termasuk, namun tidak terbatas pada hal-hal yang berkaitan dengan hak cipta, merek, desain industri, desain tata letak sirkuit, hak paten dan/atau izin lain yang telah ditetapkan atas suatu produk menurut hukum yang berlaku di Indonesia.
2. Pelapak hanya diperbolehkan menjual barangbarang yang tidak tercantum di Daftar “Barang Terlarang”.
3. Pelapak wajib menempatkan barang dagangan sesuai dengan kategori dan subkategorinya.
4. Pelapak wajib mengisi nama barang dengan jelas, singkat dan padat.
5. Pelapak wajib menampilkan gambar barang yang sesuai dengan deskripsi barang yang dijual dan tidak mencantumkan logo ataupun alamat situs jual beli lain pada gambar.
6. Dianjurkan foto atau gambar memperlihatkan 3 bagian (depan, samping dan belakang) dengan resolusi minimal 300 ppi.
7. Pelapak wajib mengisi harga yang sesuai dengan harga sebenarnya.
8. Pelapak tidak diperkenankan mencantumkan alamat (situs, forum, & social network), nomor kontak, ID / PIN /username social media, dan nomor rekening bank selain pada kolom yang disediakan.

9. Pelapak dilarang menjual barang yang identik sama (*multiple posting*) dengan yang sudah ada di lapaknya.
10. Pelapak dilarang melakukan duplikasi penjualan barang dengan menyalin atau menggunakan gambar dari lapak pelapak lain.
11. Pemberian informasi alamat (situs, forum, & social network), nomor telepon, ID / PIN / username social media melalui pesan tidak diperbolehkan.
12. Pelapak wajib memperbarui (update) ketersediaan dan status barang yang dijual.
13. Catatan Pelapak diperuntukkan bagi pelapak yang ingin memberikan catatan tambahan yang tidak terkait dengan deskripsi barang kepada calon pembeli. Catatan Pelapak tetap tunduk terhadap Aturan Penggunaan Bukalapak.
14. Pelapak wajib mengirim barang pesanan menggunakan jasa pengiriman resmi yang dapat dilacak status pengirimannya.
15. Demi keamanan dan kenyamanan para pengguna situs Bukalapak.com, setiap transaksi jual beli di Bukalapak.com diwajibkan untuk menggunakan Payment System. Untuk informasi mengenai penggunaan Payment System dapat dipelajari di Panduan Bukalapak
16. Pembeli wajib mentransfer sejumlah harga barang yang telah dipesan dalam waktu 1x12 jam (dengan asumsi pembeli telah mempelajari informasi barang yang telah dipesannya). Jika dalam waktu 1x12 jam barang dipesan, tetapi pembeli tidak mentransfer dana, maka transaksi akan dibatalkan secara otomatis.

Pengembalian (*Retur*):

1. Retur (pengembalian barang) hanya diperbolehkan jika kesalahan dilakukan oleh pelapak dan barang tidak sesuai deskripsi.
2. Retur tidak bisa dilakukan setelah transaksi selesai menurut sistem general tracking Bukalapak.com atau dikonfirmasi transaksi selesai oleh pembeli.
3. Bukalapak.com akan menahan dana hingga ada kesepakatan (antara pembeli dan pelapak) apakah akan dilakukan pengembalian barang ke pelapak atau tidak.
4. Bukalapak.com akan mengembalikan dana transaksi ke pembeli jika dalam waktu 5x24 jam pelapak tidak merespon pesan permintaan retur dari pembeli di halaman detail transaksi. Selanjutnya, pembeli harus mengirim barang tersebut ke kantor Bukalapak.
5. Bukalapak tidak bertanggung jawab terhadap barang retur di kantor Bukalapak apabila pelapak tidak melakukan pengaduan kepemilikan barang dalam waktu 30 hari sejak barang diterima di kantor Bukalapak.
6. Pembeli harus mengirim barang ke pelapak dan menginfokan nomor resi ke Bukalapak.com jika ada kesepakatan pengembalian barang (retur) ke pelapak Bukalapak.com hanya memantau retur sampai barang diterima kembali oleh pelapak. Retur (pengembalian barang) hanya diperbolehkan jika kesalahan dilakukan oleh pelapak dan barang tidak sesuai deskripsi.

7. Bukalapak.com hanya memantau retur sampai barang diterima kembali oleh pelapak.⁹

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen salah satu perannya dalam melindungi hak-hak konsumen dilaksanakan oleh Badan Perlindungan Konsumen sesuai dengan apa yang tercantum pada ketentuan Bab VIII Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Sesuai dengan Pasal 33 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. BPKN juga mempunyai tugas sesuai yang tercantum pada Pasal 34 Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperipikakan kepada konsumen;

⁹ Diunduh dari web bukalapak.com pada hari Senin 26 Februari 2018 jam 20:45 WIB.

6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Pada prakteknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibentuk suatu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang juga dimuat dalam Bab IX pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
3. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
5. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selain kedua badan/lembaga yang sudah dijelaskan diatas amanah dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut pemerintah juga membentuk suatu badan yang menangani apabila terjadi sengketa dimana konsumen dirugikan atas pembelian produk maupun jasa yang dijual oleh produsen maka dibentuk suatu badan/lembaga yang disebut Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang disingkat dengan BPSK.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berdasarkan pada ketentuan yang tercantum dalam Bab IX Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku; Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
4. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
5. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
6. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
7. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
8. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
9. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
10. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;

11. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
12. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang ketentuan Undang-undang ini.

Berdasarkan penjelasan diatas bekerjanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentan Perlindungan Konsumen dapat bekerja dengan adanya lembaga atau badan yang dibentuk oleh undang-undang tersebut untuk melindungi konsumen agar tidak dirugikan atas produk barang maupun jasa yang dalam karya ilmiah ini adalah produk kecantikan wajah yang dibeli secara online. Badan dan lembaga tersebut saling berkoordinasi satu sama lain sesuai apa yang telah diamanatkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarkat merupakan badan atau lembaga yang berfungsi melakukan upaya pencegahan (*preventif*) agar konsumen tidak dirugikan atas perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh produsen atau penjual. Sedangkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan badan yang berfungsi melakukan upaya penindakan (*represif*) setelah konsumen dirugikan oleh perilaku atau tindakan produsen atas barang atau jasa yang dijual kepada produsen. Peran masyarakat sebagai konsumen juga harus cermat dan teliti dalam memilih barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh para penjual/pelaku usaha pada market place yang bersifat online.

B. Upaya Konsumen untuk Mendapatkan Perlindungan Hukum terhadap Dampak Negatif dari Penggunaan Produk Perawatan Wajah yang dibeli Secara Online

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 45 ayat (1) dan Pasal 47 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa:

Pasal 45 ayat (1) UUPK *“Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”*

Pasal 47 UUPK *“Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tindakan akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.”*

Berdasarkan rumusan Pasal 45 ayat (1) jo. Pasal 47 upaya yang dapat ditempuh oleh konsumen terhadap kerugian yang diderita atas pembelian produk kecantikan yang dilakukan secara online dapat melalui 3 cara yaitu:

1. Penyelesaian sengketa melalui peradilan umum;
2. Penyelesaian sengketa dengan tuntutan seketika oleh konsumen;
3. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Satu dari tiga cara yang telah dijelaskan penulis diatas dapat ditempuh oleh konsumen yang merasa dirugikan atas pembelian produk kecantikan wajah

yang dibeli secara online dengan ketentuan bahwa penyelesaian sengketa melalui tuntutan seketika wajib ditempuh pertama kali untuk memperoleh kesepakatan para pihak. Sedangkan dua cara lainnya adalah pilihan yang bisa ditempuh setelah penyelesaian sengketa melalui tuntutan seketika tidak menemui kesepakatan atau gagal. Berdasarkan uraian diatas maka konsumen yang mengalami kerugian selanjutnya dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui pengadilan atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa. Apabila memilih menggunakan jalur pengadilan tidak dapat lagi menempuh penyelesaian sengketa melalui BPSK dan sebaliknya.

1. Penyelesaian Sengketa melalui Tuntutan Seketika oleh Konsumen

Konsumen yang merasa dirugikan karena memakai atau mengkonsumsi produk yang cacat atau tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan melalui iklan oleh pelaku usaha hanya akan mendapat penggantian kerugian apabila mengajukan permintaan atau tuntutan atas hal tersebut. Permintaan atau penuntutan penggantian kerugian ini mutlak dilakukan oleh orang atau konsumen yang merasa berhak untuk mendapatkan penggantian kerugian selain karena dimohonkan terlebih dahulu ke pengadilan dengan syarat-syarat tertentu.

Sebagaimana Pasal 19 ayat (1) dan ayat (3) Undang-Undang Perlindungan konsumen, di mana konsumen yang merasakan dirugikan dapat menuntut secara langsung penggantian kerugian kepada pelaku usaha, dan pelaku usaha harus memberi tanggapan dan/atau penyelesaian dalam jangka waktu tujuh hari setelah transaksi berlangsung. Pada penyelesaian ini, kerugian yang dapat dituntut sebagai mana yang dituang

dalam Pasal 19 Ayat (1) terdiri dari kerugian karena kerusakan, pencemaran, dan kerugian lain akibat dari mengkonsumsi barang dan/atau jasa antara lain sebagai berikut:

- a. Pengembalian uang seharga Pembelian barang dan/atau jasa;
- b. Penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya; atau Perawatan kesehatan; atau
- c. Pemberian santunan yang sesuai. Pilihan bentuk penggantian kerugian bergantung pada kerugian yang sungguh-sungguh diderita oleh konsumen, dan sesuai dengan hubungan yang ada di antara mereka.

2. Penyelesaian Sengketa melalui Badan Penyelesaian

Sengketa Konsumen (BPSK)

Tuntutan pengantiam kerugian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan upaya hukum di luar pengadilan yang dapat ditempuh oleh konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha atas penggunaan produk kecantikan wajah yang manfaatnya tidak sesuai apa yang dijelaskan oleh pnjual malahan berdampak buruk pada konsumen. Hal ini dapat di ketahui berdasarkan rumusan pasal 52 UUPK jo. SK. Memperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 menerangkan bahwa tugas dan wewenang BPSK yaitu:

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi dan arbitrase;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen ;

3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku; Melaporkan kepada penyidik umum jika terjadi pelanggaran Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK);
4. Menerima pengaduan tertulis maupun tidak dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
5. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
6. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
7. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang diduga mengetahui pelanggaran Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK)
8. Meminta bantuan kepada penyidik untuk menghadirkan saksi, saksi ahli, atau setiap orang pada butir g dan butir h yang tidak bersedia memenuhi panggilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK);
9. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
10. Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian di pihak konsumen;
11. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan ketentuan Undang-undang Perlindungan Konsumen;
12. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Berdasarkan point a yang dirumuskan di atas, maka penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK menggunakan 3 cara, yaitu:

- a. Konsiliasi yaitu dengan mempertemukan keinginan pihak yang berselisih untuk mencapai persetujuan dan penyelesaian;
- b. Mediasi yaitu dengan melibatkan pihak ketiga yang netral ;
- c. Arbitrase yaitu penyelesaian diluar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.

Seperti halnya penyelesaian sengketa lainnya, di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) mempunyai ketentuan berproses dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan penjual terkait dampak buruk akibat penggunaan produk kecantikan wajah yang dibeli secara online. Adapun ketentuan berproses di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) antara lain:

a. Permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PPSK)

Permohonan Penyelesaian konsumen (PSK) diatur dalam Pasal 15 sampai Pasal 17 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. yaitu di mana bentuk permohonan Penyelesaian Konsumen (PSK) diajukan secara lisan atau tertulis ke Badan Penyelesaian Konsumen (BPSK) melalui Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) setempat oleh Konsumen. Hal ini apabila konsumen :

- 1) Meninggal dunia;
- 2) Sakit atau telah usia lanjut (manula);
- 3) Belum dewasa;

4) Orang asing (warga Negara Asing), maka permohonan diajukan ahli waris atau kuasanya.

Adapun menurut ketentuan pasal 16 dalam SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, menerangkan bahwa isi permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) memuat secara benar dan lengkap berdasarkan:

- 1) Identitas konsumen, ahli waris atau kuasanya disertai bukti diri;
- 2) Nama dan alamat pelaku usaha;
- 3) Barang atau jasa yang diadukan;
- 4) Bukti perolehan, keterangan tempat, waktu dan tanggal perolehan barang atau jasa yang diadukan;
- 5) Saksi-saksi yang mengetahui perolehan barang atau jasa, foto-foto barang atau kegiatan pelaksanaan jasa, bila ada.

b. Susunan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen BPSK dan Kepaniteraan

Susunan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) ganjil, minimal 3 Orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (2) undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang salah satu anggota wajib berpendidikan dan berpengalaman dibidang hukum. Setiap penyelesaian sengketa konsumen oleh badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) dilakukan oleh Majelis yang dibentuk berdasarkan Keputusan Ketua Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan dibantu oleh Panitera.

c. Tata cara persidangan

Pasal 26 ayat (1) SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 menentukan bahwa pemanggilan pelaku usaha untuk hadir di persidangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK), dilakukan secara tertulis disertai dengan copy permohonan penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) dalam waktu 3 hari kerja sejak permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) diterima secara lengkap dan benar telah memenuhi persyaratan Pasal 16 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. Berdasarkan rumusan Pasal 54 ayat (4) jo. Pasal 26 sampai Pasal 36 Surat Keputusan Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, yaitu dimana terdapat 3 (tiga) Tata Cara persidangan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yaitu:

- 1) Persidangan dengan cara konsiliasi Inisiatif salah satu pihak atau para pihak membawa sengketa konsumen ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), ditangani bersikap Pasif dalam persidangan dengan cara konsiliasi. Sebagai pemerantara antara pihak yang bersengketa, Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bertugas (Pasal 28 Surat Keputusan Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001), antara lain:
 - a) Memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;
 - b) Memanggil saksi dan saksi ahli bila diperlukan;
 - c) Menyediakan forum bagi konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;

d) Menjawab pertanyaan konsumen dan pelaku usaha, perihal peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

Kemudian di dalam pasal 29 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, merumuskan bahwa didalam Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) dengan cara konsiliasi, mempunyai 2 prinsip, yaitu:

- a) Proses penyelesaian sengketa konsumen menyangkut bentuk maupun jumlah ganti rugi diserahkan sepenuhnya kepada para pihak, sedangkan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bertindak pasif sebagai konsiliator.
- b) Hasil musyawarah konsumen dan pelaku usaha dikeluarkan dalam bentuk keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

2) Persidangan dengan cara Mediasi

Cara mediasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak, sama halnya dengan cara konsiliasi. Keaktifan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai pemerantara dan penasehat Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) dengan cara Mediasi terlihat dari tugas Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yaitu:

- a) Memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;
- b) Memanggil saksi dan saksi ahli bila diperlukan;

- c) Menyediakan forum bagi konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;
- d) Secara aktif mendamaikan konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;
- e) Secara aktif memberikan saran atau anjuran penyelesaian sengketa konsumen sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

Kemudian di dalam pasal 31 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, merumuskan bahwa di dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) dengan cara mediasi, mempunyai 2 prinsip, yaitu:

- a) Proses Penyelesaian sengketa konsumen menyangkut bentuk maupun jumlah ganti rugi diserahkan sepenuhnya diserahkan sepenuhnya kepada para pihak, sedangkan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bertindak aktif sebagai Mediator dengan memberikan nasehat, petunjuk, saran dan upaya upaya lain dalam penyelesaian sengketa.
- b) Hasil musyawarah konsumen dan pelaku usaha dikeluarkan dalam bentuk keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

3) Persidangan dengan cara Arbitrase

Pada persidangan dengan cara Arbitrase, para pihak menyerahkan sepenuhnya kepada Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memutuskan dan

menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi. Proses pemilihan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan cara arbitrase ditempuh melalui 2 (dua) tahap yaitu:

- a) Para pihak memilih arbitor dari anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang berasal dari unsur pelaku usaha dan konsumen sebagai anggota Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).
- b) Arbitor yang dipilih para pihak tersebut kemudian memilih arbitor ketiga dari anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dari unsur pemerintahan sebagai Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Prinsip tata cara Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) dengan cara Arbitrase dilakukan dengan 2 (dua) persidangan yaitu persidangan pertama dan persidangan kedua. Adapun prinsip tata cara penyelesaian Sengketa Konsumen pada persidangan pertama dalam penyelesaian secara Arbitrase yaitu:

- a) Kewajiban Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memberikan petunjuk tentang upaya hukum bagi kedua belah pihak (Pasal 33 ayat (1) SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001);
- b) Kewajiban Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk mendamaikan kedua belah pihak (Pasal 34 ayat (1) SK Menperindag Nomor 350/MPP/12/2001) dalam hal tercapai perdamaian, maka hasilnya wajib dibuatkan

penetapan perdamaian oleh Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

- c) Pencabutan gugatan konsumen dilakukan sebelum pelaku usaha memberikan jawaban yang dituangkan dalam surat pernyataan, disertai Kewajiban Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) mengumumkan pencabutan gugatan tersebut dalam persidangan. (Pasal 35 ayat (1) dan ayat (2) SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001).

Kewajiban Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memberikan kesempatan yang sama bagi para pihak , yaitu berupa:

- a) Kesempatan yang sama untuk memepelajari berkas yang berkaitan dengan persidangan dan membuat kutipan seperlunya (pasal 33 ayat (2) SK Menperindag Nomor 350/MPP/12/2001)
- b) Pembacaan isi gugatan konsumen dan surat jawaban pelaku usaha, jika tidak tercapai perdamaian (pasal 34 ayat (1) SK Menperindag nomor 350/MPP/Kep/12/2001).

Sedangkan prinsip tata cara penyelesaian Sengketa Konsumen pada persidangan kedua dalam penyelesaian secara Arbitrase yaitu:

- a) Kewajiban Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memberikan kesempatan terakhir sampai persidangan kedua disertai kewajiban para pihak membawa

alat bukti yang diperlukan, bila salah satu pihak tidak hadir pada persidangan pertama (pasal 36 ayat (2) SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001);

- b) Persidangan kedua dilakukan selambat-lambatnya dalam waktu 5 (lima) hari kerja sejak hari persidangan pertama ;
- c) Kewajiban Sekretaris Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memberitahukan persidangan kedua dengan surat panggilan kepada para pihak;
- d) Pengabulan gugatan konsumen, jika pelaku usaha tidak datang pada persidangan kedua (Verstek), sebaliknya gugatan digugurkan jika konsumen yang tidak datang.

d. Alat bukti dan Sistem Pembuktian

Di dalam Pasal 21 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, alat-alat bukti yang digunakan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yaitu:

- 1) Barang dan/atau jasa;
- 2) Keterangan para pihak;
- 3) Keterangan saksi dan/atau saksi ahli;
- 4) Bukti-bukti lain yang mendukung.

Sistem Pembuktian yang digunakan dalam gugatan ganti rugi sebagai mana yang dimaksud Pasal 19, Pasal 22 dan Pasal 23 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu dengan menggunakan sistem pembuktian terbalik. Sistem pembuktian terbalik dalam sistem hukum di Indonesia tidaklah bisa dikatakan baru. Subekti

mengemukakan bahwa persengkahan undang-undang pada hakikatnya merupakan pembalikan beban pembalikan.

e. Putusan Badan Peyeleasaan Sengketa Konsumen (BPSK)

Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana diatur dalam pasal 52 huruf I Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) jo. Pasal 3 huruf I SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, gugatan dijatuhkan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja sejak gugatan diterima di Sekretaris Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), di mana hari kerja ini sudah termasuk 10 (sepuluh) hari kerja. Isi putusan BPSK bersifat Final dan mengikat. Kata "Final" di situ menurut Penjelasan Pasal 54 ayat (3) Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) bahwa tidak ada upaya hukum banding atau kasasi atas putusan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Hasil penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi atau mediasi dibuat dalam perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh konsumen dan pelaku usaha, selanjutnya dikuatkan dengan putusan majelis yang ditandatangani oleh ketua dan anggota majelis. Putusan majelis dalam konsiliasi dan mediasi tidak memuat sanksi administratif. Sedangkan hasil penyelesaian sengketa konsumen dengan cara arbitrase dibuat dengan putusan majelis yang ditandatangani oleh ketua dan anggota majelis. Putusan majelis dalam arbitrase dapat memuat sanksi administratif, putusan majelis disebut putusan BPSK[4] Proses

dikeluarkannya putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dilakukan dengan tahapan, yaitu:

- 1) Didasarkan atas musyawarah untuk mencapai mufakat;
- 2) Maksimal jika hal itu telah diusahakan (dengan Sunguh-sungguh), ternyata tidak tercapai mufakat, maka putusan dilakukan dengan cara Voting/suara terbanyak.

Amar`putusan Badan Penyelesaian sengketa Konsumen (BPSK) terbatas pada 3 alternatif, yaitu:

- 1) Perdamaian;
- 2) Gugatan ditolak;
- 3) Gugatan dikabulkan.

Jika gugatan dikabulkan, maka dalam amar putusan ditetapkan kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha, dapat berupa sebagai berikut:

- 1) Ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa. Hal ini dapat berupa:
 - a) Pengembalian uang;
 - b) Penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya; atau
 - c) Perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan.
- 2) Sanksi administrasi berupa penetapan ganti rugi maksimal Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

f. Putusan

Pada penjelasan pasal 54 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa menegaskan kata final itu berarti tidak ada upaya banding dan kasasi. Namun ternyata Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengenal Pengajuan Keberatan Kepada Pengadilan Negeri. Menurut ketentuan pasal 56 ayat (2) UUPK, para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Hal ini karena di dalam pasal 41 ayat (2) SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, menerangkan bahwa konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa wajib menyatakan menerima atau menolak Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dengan demikian jika para pihak menolak hasil dari putusan, maka sengketa tersebut dapat dibawa ke Pengadilan Negeri. Menurut peraturan MA Nomor 01 Tahun 2006 tentang tata cara pengajuan keberatan terhadap putusan BPSK maka konsumen atau pelaku usaha yang menolak putusan BPSK dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan dengan cara:

- 1) Keberatan diajukan dalam tenggang waktu 14 hari terhitung sejak pelaku usaha/konsumen menerima pemberitahuan putusan BPSK;
- 2) Keberatan diajukan melalui kepaniteraan pengadilan negeri sesuai dengan prosedur pendaftaran perkara;

3) Keberatan yang dimaksud diajukan dalam 6 rangkap yang identik untuk dikirim oleh panitera kepada pihak yang berkepentingan termasuk BPSK.

Pengajuan keberatan yang diajukan oleh konsumen atau pelaku usaha, kemudian akan di keluarkannya putusan (vonis) oleh pengadilan Negeri dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak sejak diterimanya keberatan. Atas putusan Pengadilan Negeri tersebut, tentunya para pihak baik konsumen atau pelaku usaha yang nantinya keberatan atas putusan (Vonis) yang dikelaurkan oleh Pengadilan Negeri, maka para pihak dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari. Mahkamah Agung Republik Indonesi wajib mengeluarkan Putusan (Vonis) dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan Kasasi.

g. Eksekusi Putusan

Dalam hal pelaku usaha menerima (menyetujui atau sependapat) diktum (amar, isi) putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), maka ia wajib melaksanakan putusan tersebut dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kerja terhitung sejak menyatakan menerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Jika pelaku usaha tidak menggunakan upaya keberatan atau upaya hukum, maka putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) menjadi berkekuatan tetap.

3. Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui Peradilan Umum

Berdasarkan pada Pasal 46 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa konsumen dapat mengajukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

Ayat (1)

- a. *seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;*
- b. *sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan sama;*
- c. *lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;*
- d. *pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau yang tidak sedikit.*

Ayat (2)

“Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.”

Ayat (3)

“Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.”

Berdasarkan penjelasan yang sudah penulis sampaikan di atas, seorang konsumen yang mengalami kerugian dari transaksi jual beli online dapat melakukan upaya perlindungan terhadap hak-haknya sebagai seorang konsumen melalui langkah-langkah tersebut. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah sangat memadai dengan ditunjang oleh beberapa badan/lembaga pemerintah dan non pemerintah dalam upaya melindungi hak-hak konsumen.

Apabila seorang konsumen mengalami kerugian baik secara fisik, materi maupun moril, konsumen dapat melaporkan hal yang telah merugikan tersebut kepada lembaga/badan yang telah ditunjuk oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen agar dapat diproses dan mendapat ganti kerugian yang semestinya.

Suatu produk kosmetik yang dibeli secara online oleh konsumen yang menimbulkan luka pada bagian tubuh, konsumen dapat menempuh jalur hukum baik perdata maupun pidana mengenai hal tersebut. Apabila konsumen memilih menggunakan jalur perdata yakni memilih salah satu dari BPKN, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, maupun BPSK sebagai badan/lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dengan produsen.

Sementara itu, apabila konsumen ingin menempuh secara pidana melalui jalur peradilan umum, konsumen juga dapat menggandeng Lembaga Perlindungan Konsumen Sswadaya Masyarakat yang sudah berbadan hukum untuk melaporkan dampak yang timbul setelah pemakaian kosmetik tersebut kepada pihak yang berwajib dalam hal ini kepolisian.

Penulis berpendapat dari apa yang telah disampaikan dalam karya ilmiah ini diatas bahwasannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah dapat dikatakan bekerja dalam melindungi konsumen yang merasa hak-hak konsumen telah dirugikan oleh perilaku produsen yang menjual produk kosmetik yang efeknya tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan pada salah satu market place.