

PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA KEGIATAN HARI BELANJA ONLINE NASIONAL GRAMEDIA.COM TAHUN 2017

Allya Vianarizha Yustisyahna^{1*}
Sardjana Orba Manullang²
Yessy Kusumadewi³

^{1,2,3}*Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana*
*email: allyaviana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi penyebab terjadinya sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dengan konsumen dan proses apa yang dilakukan guna menyelesaikan sengketa tersebut saat berlangsungnya kegiatan Hari Belanja Online Nasional Tahun 2017. Metode menggunakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan empiris dan data-data sekunder hasil wawancara diolah serta dianalisis dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hasilnya pertama, tidak adanya kesesuaian di dalam sistem pengelolaan stok barang antara laman *Gramedia.com* selaku milik PT. Gramedia Digital Nusantara dengan PT. ARK Express International Internasional selaku penyedia jasa pengiriman yang menyebabkan menumpuknya barang dan kesalahan pengiriman. Kedua, PT. Gramedia Digital Nusantara berupaya melakukan pembenahan dengan mengembalikan dana dengan tambahan *voucher* kepada pelanggan yang telah mengirimkan kembali mendapatkan barang yang salah, sehingga PT. Gramedia Digital Nusantara sudah memenuhi aturan perundang-undangan yang berlaku tentang perlindungan konsumen sesuai pasal tentang penyelesaian sengketa konsumen luar pengadilan.

Kata Kunci: Belanja Online; Perlindungan Konsumen; Penyelesaian Sengketa.

ABSTRACT

This study aims to find out what is the cause of the dispute between PT. Gramedia Digital Nusantara with consumers and what process was carried out to resolve the dispute during the 2017 National Online Shopping Day activities. The method uses normative juridical research with an empirical approach and secondary data from interviews is processed and analyzed with the provisions of the applicable laws and regulations. The first result, there is no conformity in the stock management system between the Gramedia.com page and the property of PT. Gramedia Digital Nusantara with PT. ARK Express International Internasional is a delivery service provider which causes an accumulation of goods and delivery errors. Second, PT. Gramedia Digital Nusantara is trying to make improvements by returning funds with additional vouchers to customers who have sent back the wrong goods so that PT. Gramedia Digital Nusantara has complied with the applicable laws and regulations regarding consumer protection according to the article on consumer dispute resolution out of court.

Keywords: Online Shopping; Consumer Protection; Dispute Resolution.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah kebiasaan jual beli masyarakat. Kebiasaan masyarakat untuk jual beli langsung di toko atau tatap muka kini perlahan bergeser ke cara baru yaitu jual beli melalui internet atau transaksi elektronik. Transaksi elektronik menjadi cara baru dalam jual beli yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Transaksi elektronik berkembang di masyarakat karena perkembangan teknologi di Indonesia dan peningkatan jumlah pengguna internet. Saat ini, banyak pelaku usaha dan konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui sistem elektronik. Media yang digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan transaksi elektronik yakni situs belanja elektronik, antara lain: Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lain sebagainya.

Faktor yang mendorong pelaku usaha untuk melakukan transaksi elektronik antara lain, pelaku usaha dapat menekan biaya distribusi, pemasaran dan lain-lain sehingga pelaku usaha hanya membutuhkan sedikit modal untuk menjalankan bisnisnya, sedangkan faktor yang membuat konsumen untuk melakukan transaksi elektronik adalah karena konsumen memperoleh keuntungan dan kemudahan melalui transaksi elektronik, termasuk kemudahan memilih beragam barang yang diinginkan, selain itu, konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk membeli apa yang dibutuhkan, apalagi jika jarak toko jauh dari konsumen, yang tentunya sangat membantu konsumen karena menghemat waktu dan sekaligus memudahkan untuk konsumen.¹ Transaksi elektronik dinilai lebih praktis dan ekonomis daripada langsung mengunjungi satu toko dan toko lainnya untuk membandingkan setiap barang sampai memutuskan untuk membelinya, cukup dengan mengakses situs yang menawarkan barang yang diinginkan, maka konsumen dapat memilih dan membandingkan kualitas dan harga barang yang ingin dibeli.

Penggunaan teknologi internet untuk transaksi elektronik juga memiliki dampak negatif pada konsumen. Mengingat pembelian yang dilakukan melalui transaksi elektronik ini dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertemu secara langsung dan tidak saling mengenal, dapat dikatakan bahwa transaksi elektronik dilakukan atas kepercayaan dari para pihak. Permasalahan yang mungkin akan timbul pada transaksi elektronik antara lain: kualitas barang yang diberikan pelaku usaha tidak sesuai dengan keterangan produk yang dicantumkan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan estimasi waktu yang telah diinformasikan, dan juga rawan terjadi kerusakan dalam proses pengiriman barang. Masalah lain yang dapat terjadi adalah barang yang telah dipesan dan dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha.

Perlindungan konsumen tentunya tidak lepas dari kegiatan perdagangan.² Dalam kegiatan perdagangan tersebut diharapkan akan tercipta keseimbangan

¹ Yessy Kusumadewi dkk., *Pengantar Bisnis* (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 17.

² Erna Widjajati dan Yessy Kusumadewi, *Pengantar Hukum Dagang* (Jakarta: Roda Inti Media, 2010), hlm. 15.

hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di Indonesia, perlindungan konsumen saat ini mendapat banyak perhatian karena melibatkan aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan masyarakat yang sejahtera dan makmur. Secara umum, hubungan antara produsen dan konsumen pada dasarnya merupakan hubungan yang berkesinambungan atau terus menerus. Hubungan ini muncul karena keduanya sangat menginginkan satu sama lain dan memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi satu sama lain. Sebagai pelanggan, produsen memang membutuhkan dan bergantung atas dukungan konsumen. Tanpa dukungan konsumen, produsen tidak dapat menjamin kelangsungan usahanya.

Seperti peristiwa yang dialami oleh pengelola situs *Gramedia.com*, yaitu PT. Gramedia Digital Nusantara, peristiwa ini bermula pada saat diselenggarakannya Hari Belanja *Online* Nasional (selanjutnya disebut Harbolnas) pada hari Selasa, 12 Desember 2017 yang dimulai sejak pukul 00:00 WIB sampai pukul 23:59 WIB. Dengan total 254 situs belanja elektronik, termasuk *Gramedia.com*, bersaing untuk menawarkan promosi dan diskon pada banyak produk dalam acara yang diselenggarakan setiap tanggal 12 Desember tersebut.³

Toko buku *online Gramedia.com* menawarkan promo diskon 50% dan bebas biaya ongkos kirim untuk semua produk yang ada di situs *Gramedia.com*. Promo tersebut berlaku untuk seluruh pelanggan dan tidak memiliki syarat minimal pembelian dan berlaku untuk metode pembayaran apapun. Namun, tak disangka kenaikan jumlah transaksi hingga 40% dari penjualan sehari-hari dan 30 kali lipat dari gelaran Harbolnas tahun sebelumnya.⁴ Hal ini mengakibatkan sejumlah pesanan Harbolnas tidak terpenuhi kepada konsumen. Rata-rata, konsumen menyampaikan keluhannya di Twitter resmi *Gramedia.com* dengan keluhan serupa, yaitu tidak adanya informasi yang jelas mengenai pesanan buku yang tidak datang sesuai estimasi waktu yang diberikan dan beberapa pesanan buku yang sampai tidak sesuai dengan yang dipesan.⁵ Bahkan, hingga tahun 2020 ini peristiwa tersebut masih jadi perbincangan di media sosial, terutama ketika *Gramedia.com* mengadakan promo besar-besaran. Tidak sedikit konsumen yang trauma dengan peristiwa di tahun 2017 tersebut.

Berdasarkan peristiwa tersebut, kepastian hukum untuk melindungi konsumen dalam transaksi jual-beli dalam jaringan tentu sangat diperlukan. Selain hak-hak yang dimiliki oleh konsumen penting untuk ditegakkan, sehingga penulis membagi menjadi dua pokok permasalahan, di antaranya:

³ Fajar Pebrianto, "Transaksi Harbolnas 2017 Tembus Rp 4,7 Triliun," *Tempo.co*, 2017, <https://bisnis.tempo.co/read/1043698/transaksi-harbolnas-2017-tembus-rp-47-triliun> diakses 21 Juli 2020.

⁴ Dahlian Ayu Novanti, "Akhir Cerita Kisruhnya Harbolnas Gramedia 2017," *Ayunovianti.com*, 2018, <https://ayunovanti.com/cerita/akhir-cerita-kisruhnya-harbolnas-gramedia-2017> diakses 21 Juli 2020.

⁵ Bintoro Agung, "Pembeli *Gramedia.com* Protes, Buku Diskon Harbolnas Tak Sampai," *CNN Indonesia*, 2018, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180105113726-185-266937/pembeli-gramediacom-protes-buku-diskon-harbolnas-tak-sampai> diakses 21 Juli 2020.

Pertama, Faktor apa saja yang menyebabkan sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dengan konsumen pada kegiatan Harbolnas 2017. *Kedua*, Bagaimana proses penyelesaian sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dengan konsumen.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis terjadinya sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dengan konsumen dan proses apa yang dilakukan guna menyelesaikan sengketa tersebut saat berlangsungnya kegiatan Harbolnas 2017 bila ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen khususnya pada Pasal 43 ayat (2) tentang penyelesaian sengketa konsumen luar pengadilan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian yang peneliti lakukan ini merupakan penelitian yuridis normatif dan empiris dengan pendekatan yuridis empiris atau lapangan. Penelitian yuridis normatif adalah dengan mengkaji dan menguji data sekunder dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di dalam kepustakaan, buku atau referensi yang berkaitan dengan pembahasan penulis yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Penelitian yuridis empiris atau lapangan adalah melalui wawancara dengan narasumber terkait yang kemudian hasil data sekunder tersebut diolah dan dianalisis dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁶

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data secara pustaka yaitu dengan melalui buku, internet, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta wawancara kepada narasumber terkait secara *online* melalui pengajuan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan penulis. Wawancara dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk memperoleh data penelitian secara lengkap serta mempermudah penelitian ini.⁷

Metode analisa data yang digunakan adalah dengan data primer dan sekunder, kemudian data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data di atas diolah dan dianalisis secara kualitatif. Hasil data tersebut kemudian ditampilkan secara deskriptif analitis untuk mendeskripsikan data hasil penelitian dengan teori yang diteliti sesuai dengan variabel judul penelitian penulis. Dalam penelitian ini, data yang diteliti adalah penelitian studi pustaka yang dikumpulkan penulis dan data penelitian lapangan berupa jawaban wawancara dari narasumber.⁸

⁶ Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana, *Pedoman Penulisan Skripsi Sarjana Strata Satu (S-1)*, Cet ke-7 (Jakarta: Fakultas Hukum Unkris, 2015), hlm. 5.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum

Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Satjipto Raharjo awal mula munculnya teori perlindungan hukum bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Pelopor aliran ini adalah Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran *Stoic*). Aliran hukum alam berpendapat bahwa hukum bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi sehingga antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini berpandangan bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.⁹

Aristoteles berpendapat bahwa hukum merupakan kumpulan peraturan yang tidak hanya mengikat tapi juga hakim untuk masyarakat, di mana undang-undang akan mengawasi hakim dalam menjalankan tugasnya untuk menghukum para pelanggar hukum. Hukum sangat berperan mengatur hak dan kepentingan manusia sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perlindungan berarti tempat berlindung; hal (perbuatan dan sebagainya) memperlindungi. Kata perlindungan berasal dari kata dasar "lindung" yang berarti menempatkan dirinya di bawah (di balik, di belakang) sesuatu supaya tidak terlihat atau tidak kena angin, panas, dan sebagainya; bersembunyi (berada) di tempat yang aman supaya terlindung; minta pertolongan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa supaya selamat atau terhindar dari godaan, bencana, dosa.

Secara garis besar, perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum berupa perangkat hukum, baik yang bersifat preventif maupun represif dan baik tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain, perlindungan hukum merupakan contoh dari fungsi hukum, yaitu hukum dapat memberikan konsep keadilan, kepastian, ketertiban, kepentingan dan kedamaian.

Perlindungan hukum harus memperhatikan beberapa tahapan, yaitu perlindungan hukum, dari lahirnya ketentuan hukum sampai dengan segala ketentuan hukum yang diberikan oleh masyarakat, pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota masyarakat dengan individu.¹⁰

2. Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk dirinya sendiri, keluarga, orang lain,

⁹ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 53.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 54

maupun untuk kepentingan makhluk hidup lain yang tidak diperdagangkan.¹¹ Selain itu, terdapat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dari Persaingan Usaha Tidak Sehat yang memuat definisi konsumen yaitu setiap pemakai dan pengguna barang dan atau jasa, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan orang lain. Batasan tersebut secara garis besar mirip maknanya dengan yang tercantum dalam UU Perlindungan Konsumen.

Istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah pembeli (*kooper*) yang dapat ditemukan dalam Kitab-Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Namun, pengertian konsumen lebih luas dan lebih jelas daripada pembeli. Konsumen itu sendiri dibedakan menjadi dua:

- a) Konsumen akhir, yaitu konsumen yang mengonsumsi secara langsung produk yang diperolehnya; dan
- b) Konsumen antara, yaitu konsumen yang memperoleh produk untuk memproduksi produk lainnya. Contoh: distributor, agen, dan pengecer.¹²

3. Sengketa Konsumen

Sengketa konsumen terdiri dari dua kata, yaitu “sengketa” dan “konsumen.” Menurut Ana Retnoningsih dan Suharso, sengketa adalah sesuatu yang dapat menimbulkan perbedaan pendapat.¹³ Sedangkan menurut Sudarsono, sengketa adalah hal-hal yang menimbulkan perbedaan pendapat antara dua pihak atau lebih yang berselisih, dan dapat dibawa ke pengadilan.¹⁴ Konsumen dapat diartikan sebagai pengguna barang-barang hasil industri.¹⁵ selanjutnya dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001, yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah:

“Sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau tahu yang telah menderita kerugian akibat menggunakan barang atau manfaat jasa.”¹⁶

4. Transaksi Elektronik

Transaksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dan dapat menimbulkan perubahan terhadap harta atau keuangan, baik itu bertambah maupun berkurang. Contoh dari melakukan transaksi di antaranya ialah

¹¹ Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (LN No. 22 Tahun 1999, TLN No. 3821).

¹² Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok: Kencana, 2018), hlm. 3.

¹³ Suharso dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux* (Semarang: Widia Karya, 2017), hlm. 477.

¹⁴ Sudarsono, *Kamus Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 433.

¹⁵ Suharso dan Ana Retnoningsih. *Op.cit.*, hlm. 265.

¹⁶ Riris Nisantika dan Ni Luh Putu Egi Santika Maharani, “Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK),” *Jurnal Locus Delicti* 2, no. 1 (2021): hlm. 52, <https://doi.org/10.23887/jld.v2i1.458>.

membeli barang, menjual barang, berhutang, memberi hutang, dan membayar berbagai kebutuhan hidup.

Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya, hal ini dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Pasal 1 ayat (2) tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Transaksi artinya adalah suatu perjanjian jual beli atau perdagangan antara dua pihak yaitu konsumen dan produsen, dari pengamatan tersebut dapat disimpulkan bahwa transaksi elektronik adalah perjanjian jual beli dalam suatu transaksi antara dua pihak atau lebih yang dilakukan secara lebih baik dan efisien melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya.¹⁷

Perdagangan elektronik mengacu pada kegiatan bisnis yang dilakukan oleh konsumen, produsen, penyedia layanan dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan komputer, yaitu internet. Penggunaan fasilitas internet merupakan kemajuan teknologi yang dapat dikatakan mendukung seluruh aktivitas bisnis.¹⁸

Menurut Whinston dan Kalakota, konsep perdagangan elektronik ditinjau dari beberapa perspektif, yaitu:

- a) *"Perspektif komunikasi. Perdagangan elektronik adalah proses pengiriman barang, jasa, informasi, atau pembayaran melalui komputer atau perangkat elektronik lainnya;*
- b) *Perspektif proses bisnis. Perdagangan elektronik adalah aplikasi teknologi untuk transaksi bisnis dan otomatisasi alur kerja;*
- c) *Perspektif layanan. Perdagangan elektronik adalah alat untuk memenuhi keinginan perusahaan, manajemen dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan, meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan layanan dalam pengiriman; dan*
- d) *Perspektif online. Perdagangan elektronik menyediakan kemampuan untuk menjual dan membeli produk atau barang dan juga informasi melalui layanan internet atau sarana online lainnya."*¹⁹

Transaksi elektronik juga merupakan perjanjian jual beli, sama seperti jual beli tradisional pada umumnya. Dalam transaksi elektronik terdapat prinsip kesepakatan bersama bahwa adanya penawaran secara elektronik dan diterima

¹⁷ Indonesia, "Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (LN No. 58 Tahun 2008, TLN No. 4843)" (n.d.) Pasal 1 ayat (2).

¹⁸ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Mandiri, 2005), hlm. 10.

¹⁹ H.M. Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce* (Jakarta: Sasrawarna, 2011), hlm. 217.

oleh penerima dengan melakukan menerima secara elektronik terhadap syarat dan ketentuan yang diajukan dalam penawaran elektronik.²⁰

5. Faktor Penyebab Sengketa Antara PT. Gramedia Digital Nusantara dan Konsumen Pada Kegiatan Habolnas 2017

Tentunya konsumen harus benar-benar memahami hak dan kewajibannya, dan tidak bisa diam ketika hak dan kepentingannya jelas-jelas dilanggar. Hak tersebut juga dilindungi oleh negara karena adanya produk perundang-undangan seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga tidak yang merugikan konsumen, dan adanya hubungan baik dengan pelaku usaha yang membuat kedua belah pihak saling menghormati hak dan kewajiban masing-masing dan sebaliknya, kewajiban konsumen merupakan hak pelaku usaha.²¹ Adapun yang menjadi hak konsumen dalam transaksi jual elektronik yang dalam hal ini adalah *Gramedia.com* adalah:

- a) Mendapatkan buku yang sesuai dengan yang dipesan melalui situs *Gramedia.com*;
- b) Mendapatkan jumlah buku yang sesuai dengan yang dipesan melalui situs *Gramedia.com*; dan
- c) Menerima buku yang dipesan melalui situs *Gramedia.com* secara tepat waktu dan tidak terlambat.

Adapun yang menjadi kewajiban dari konsumen adalah membayar sejumlah dana sesuai dengan total harga buku yang dipesan, serta membayar biaya pengiriman atas buku tersebut. Selain daripada hak dan kewajiban konsumen, adapula hak dan kewajiban yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha yang dalam hal ini adalah PT. Gramedia Digital Nusantara. Adapun hak yang harus diterima PT. Gramedia Digital Nusantara adalah penerimaan sejumlah dana atas total harga buku yang dipesan oleh konsumen melalui situs *Gramedia.com*, lalu adapun kewajiban daripada pelaku usaha yang dalam hal ini PT. Gramedia Digital Nusantara, yaitu:

- a) Mengirimkan jenis buku yang sesuai dengan yang dipesan konsumen melalui situ *Gramedia.com*;
- b) Mengirimkan jumlah buku yang sesuai dengan yang dipesan konsumen melalui situ *Gramedia.com*; dan
- c) Mengirimkan buku yang dipesan konsumen melalui situ *Gramedia.com* secara tepat waktu dan tidak terlambat.

Dalam pelaksanaan transaksi jual beli yang dilakukan antara PT. Gramedia Digital Nusantara dengan pelaku usaha saat Habolnas pada Tahun 2017 lalu tidak berjalan sesuai dengan ketentuan. Beberapa kendala yang dialami

²⁰ Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2009 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (LN No. 222 Tahun 2019, TLN No. 6420).

²¹ Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 45.

pelanggan yaitu paket buku yang tidak terkirim atau pengirimannya terhambat dan buku yang hanya dikirim sebagian dan dikirim secara dicicil. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber terkait, penyebab kendala tersebut dikarenakan adanya beberapa buku yang stoknya tersedia di situs *Gramedia.com* ternyata tidak tersedia di gudang penyimpanan Gramedia dan pihak jasa pengiriman yang bekerja sama dengan PT. Gramedia Digital Nusantara yaitu PT. ARK Express International Internasional ternyata tidak menyanggupi untuk melakukan pengiriman paket yang jumlahnya terlalu banyak hingga terjadi pengiriman yang keliru alamatnya dan paket pesanan yang tidak terkirim. Hal tersebutlah yang menjadi faktor terjadinya sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dengan konsumen pada kegiatan Habolnas 2017.

6. Proses Penyelesaian Sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dan Konsumen pada kegiatan Habolnas 2017

a) Bentuk Penyelesaian Sengketa Konsumen

Ketentuan mengenai bentuk penyelesaian sengketa dalam transaksi elektronik diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Pasal 72 ayat (1) tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur bahwa dalam hal terjadi perselisihan, para pihak dapat menyelesaikannya melalui jalur pengadilan ataupun di luar pengadilan. Adapun penyelesaian sengketa transaksi elektronik adalah sebagai berikut:

1) Penyelesaian Sengketa Konsumen Luar Pengadilan

Para pihak yang bersengketa tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian sengketa secara damai berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 43 ayat (2), yaitu tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen, serta selama tidak berlawanan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.²² Bahkan dalam penjelasan pasal tersebut dijelaskan bahwa pada setiap tahapan dilakukan upaya penyelesaian secara damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa, dari penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 45 ayat (2) dapat dilihat bahwa penyelesaian secara damai diharapkan menjadi upaya hukum yang harus diupayakan terlebih dahulu oleh para pihak yang bersengketa, sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau pengadilan.

Penyelesaian Sengketa Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur

²² Grace Sharon, "Ganti Rugi Dalam Metode Promosi yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum* 7, no. 1 (2018): hlm. 52, <https://doi.org/10.37893/jbh.v7i1.14>.

tentang tanggung jawab dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yaitu menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen melalui mediasi, konsiliasi, dan arbitrase serta memberikan kesempatan tercapainya penyelesaian sengketa yang menghasilkan keputusan yang dapat diterima dan memuaskan para pihak.

2) Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Proses Pengadilan atau Litigasi

Undang-Undang Peradilan Umum, menetapkan bahwa pengadilan umum dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

- (a) Pengadilan Negeri, yaitu untuk meninjau dan memutus tingkat pertama kasus perdata dan pidana;
- (b) Pengadilan Tinggi, yaitu untuk meninjau dan memutus tingkat kedua dan tertinggal kasus perdata dan pidana; dan
- (c) Mahkamah Agung, yaitu untuk memeriksa pada tingkat kasasi.²³

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau litigasi adalah cara penyelesaian sengketa yang diselesaikan oleh pengadilan dan putusannya bersifat mengikat. Penyelesaian sengketa dengan sistem litigasi memiliki kelebihan dan kekurangan, antara lain:

- (a) Dalam mengambil alih keputusan para pihak, litigasi memastikan bahwa kekuasaan tidak dapat mempengaruhi hasil setidaknya sampai batas tertentu dan dapat menjamin ketenteraman sosial;
- (b) Litigasi sangat bijak dalam menemukan kesalahan dan masalah dalam posisi pihak lawan;
- (c) Litigasi akan memberikan standar bagi pelaku usaha yang adil dan kesempatan yang luas bagi para pihak untuk mendengarkan setiap pernyataan sebelum mengambil keputusan;
- (d) Litigasi membawa nilai-nilai masyarakat untuk menyelesaikan sengketa pribadi; dan
- (e) Para hakim menerapkan nilai-nilai masyarakat yang terkandung dalam hukum untuk menyelesaikan sengketa dalam sistem litigasi tersebut.²⁴

b) Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha

Tanggung jawab dari pelaku usaha sangat diperlukan. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tanggung jawab pelaku usaha adalah sebagai berikut:

²³ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Acara Perdata Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2015), hlm. 26.

²⁴ Anita D.A. Kolopaking, *Asas Itikad Baik Dalam Penyelesaian Sengketa Kontrak Melalui Arbitrase* (Jakarta: Alumni, 2013), hlm. 39.

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi atas kerusakan, pencemaran, serta kerugian konsumen akibat konsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- 2) Kompensasi yang dimaksud dalam poin a dapat berupa pengembalian dana atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau nilainya sama yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- 3) Pemberian kompensasi diberikan dalam tenggang waktu 7 hari atau 1 minggu setelah transaksi;
- 4) Pemberian kompensasi yang dimaksud pada poin 1 dan 2 tidak menghilangkan kemungkinan tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut bahwa terdapat unsur kesalahan; dan
- 5) Apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut adalah kesalahan konsumen, maka ketentuan poin 1 dan 2 tidak berlaku.²⁵

c) Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha

1) Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan

Tanggung jawab berdasarkan kesalahan atau kelalaian adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif dari kewajiban, yaitu kewajiban yang ditentukan dari tindakan pelaku usaha. Berdasarkan teori tersebut, kelalaian pelaku usaha mengakibatkan terjadinya kerugian konsumen yang merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk menuntut kompensasi kepada pelaku usaha. Kelalaian ini dapat dijadikan dasar gugatan, apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- (a) Suatu perbuatan yang menimbulkan kerugian, tidak disertai dengan sikap pencegahan yang sebagaimana mestinya;
- (b) Kelalaian pelaku usaha dalam memenuhi kewajibannya kepada konsumen harus dibuktikan; dan
- (c) Perbuatan tersebut adalah penyebab nyata dari kerugian yang ditimbulkan.²⁶

2) Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggungjawab sampai ia dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Oleh karena itu, beban pembuktian ada pada si tergugat. Hal ini sering disebut sebagai beban pembuktian terbalik. Dalam prinsip

²⁵ Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (LN No. 22 Tahun 1999, TLN No. 3821) Pasal 19.

²⁶ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen: Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak* (Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2004), hlm. 46.

pembuktian terbalik, seseorang dianggap bersalah sampai seseorang tersebut dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah, hal ini tentu tidak selaras dengan prinsip hukum praduga tidak bersalah yang dikenal dalam hukum, namun jika diterapkan pada kasus konsumen, prinsip ini tampaknya cukup relevan karena ada kewajiban untuk membuktikan kesalahan.

3) Prinsip Praduga Untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, di mana tergugat dianggap tidak bertanggung jawab sampai dapat dibuktikan bahwa tergugat bersalah. Prinsip ini hanya diketahui dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan batasan seperti itu biasanya dibenarkan secara akal sehat. Namun, prinsip ini tidak lagi berlaku mutlak, melainkan mengarah pada prinsip pembatasan tanggung jawab uang kompensasi.

4) Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip ini adalah bentuk khusus dari perbuatan melawan hukum, yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan, tetapi prinsip ini menuntut pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas kerugian yang diakibatkan dari perbuatan melawan hukum itu. Prinsip pertanggungjawaban mutlak ini tidak mempersoalkan ada tidak adanya kesalahan, tetapi pelaku usaha bertanggung jawab langsung atas kerugian yang diakibatkan oleh produk cacat tersebut, karena pelaku usaha kurang hati-hati dan pelaku usahalah yang harus mencegah terjadinya kerugian itu.

5) Prinsip Tanggung Jawab Dengan Pembatasan

Para pelaku usaha sangat menyukai prinsip ini sehingga mencantumkannya sebagai pengecualian kewajiban tanggung jawab dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Jika prinsip tanggung jawab ini ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha, maka konsumen akan mengalami. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha tidak boleh menentukan klausul yang dapat merugikan konsumen secara sepihak, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya, jika ada pembatasan mutlak, maka harus berdasarkan undang-undang yang berlaku.

Sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf H, konsumen yang dirugikan berhak mendapatkan kompensasi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.²⁷ Konsumen tentunya berhak mendapatkan ganti rugi apabila konsumen

²⁷ Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (LN No. 22 Tahun 1999, TLN No. 3821) Pasal 4 huruf F.

dirugikan oleh pelaku usaha. Hak atas ganti rugi bertujuan untuk memperbaiki keadaan yang telah menjadi rusak dikarenakan penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi ekspektasi konsumen.

Beberapa kendala yang dialami pelanggan yaitu paket buku yang tidak terkirim atau pengirimannya terhambat dan buku yang hanya dikirim sebagian dan dikirim secara dicicil. Penyebab kendala tersebut dikarenakan adanya beberapa buku yang stoknya tersedia di situs *Gramedia.com* ternyata tidak tersedia di gudang penyimpanan Gramedia dan pihak PT. ARK Express International yang ternyata tidak menyanggupi untuk melakukan pengiriman paket yang jumlahnya terlalu banyak hingga terjadi pengiriman yang keliru alamatnya dan paket pesanan yang tidak terkirim.

Banyak pelanggan yang protes tentang paket-paket buku yang tidak terkirim hingga 1 bulan lebih. Untuk mengatasi kendala tersebut, tim *Gramedia.com* mencari langsung buku-buku yang belum terkirim dan stok di gudangnya kosong di beberapa Toko Buku Gramedia di Jakarta, proses ini dilakukan secara manual, sehingga terjadi lagi kendala yaitu pengiriman buku yang dobel dan alamat yang keliru kepada pelanggan. Pelanggan yang mendapat kiriman buku dobel dan pesanan buku yang salah, diminta secara sukarela untuk mengirim kembali bukunya ke *Gramedia.com*, namun pelanggan juga diperbolehkan untuk tidak mengirimkannya kembali. Selain itu, *Gramedia.com* juga mengirim *e-mail* ke seluruh pelanggan yang berisi opsi untuk pengembalian dana sebagian buku yang belum dikirim serta tambahan *voucher* belanja di *Gramedia.com* dengan nominal yang sama dengan dana yang dikembalikan atau tetap menunggu sampai buku tersebut tersedia kembali stoknya dan dikirim ke pelanggan. Total waktu *Gramedia.com* menyelesaikan kendala Habolnas ini adalah sekitar 5-6 bulan yaitu dari bulan Desember 2017 hingga Mei 2018.

D. KESIMPULAN

Faktor yang menyebabkan sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dan konsumen pada gelaran Habolnas Tahun 2017 adalah dikarenakan sistem pengelolaan stok antara situs *Gramedia.com* dan stok di gudang penyimpanan yang tidak sesuai dan pihak PT. ARK Express International yang bekerja sama dengan *Gramedia.com* sebagai jasa pengiriman ternyata tidak menyanggupi untuk melakukan pengiriman paket yang jumlahnya terlalu banyak hingga terjadi pengiriman yang keliru alamatnya dan paket pesanan yang tidak terkirim.

Proses penyelesaian sengketa antara PT. Gramedia Digital Nusantara dan konsumen pada gelaran Habolnas Tahun 2017 yaitu dengan 2 pilihan, yaitu: *Pertama*, pelanggan mengirimkan kembali kiriman buku yang salah (pelanggan boleh untuk tidak mengembalikannya) serta pengembalian dana sebanyak buku yang belum dikirim serta tambahan *voucher* belanja di *Gramedia.com* dengan nominal yang sama dengan dana yang dikembalikan. *Kedua*, tetap menunggu sampai buku yang dipesan tersedia kembali stoknya dan dikirim ke pelanggan.

Pertanggungjawaban yang diberikan PT. Gramedia Digital Nusantara sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, salah satunya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 43 ayat (2) yaitu penyelesaian sengketa konsumen luar pengadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Bintoro. "Pembeli Gramedia.com Protes, Buku Diskon Harbolnas Tak Sampai." CNN Indonesia, 2018. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180105113726-185-266937/pembeli-gramediacom-protese-buku-diskon-harbolnas-tak-sampai>.
- Atsar, Abdul, dan Rani Apriani. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Barkatullah, Abdul Halim, dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Mandiri, 2005.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (LN No. 58 Tahun 2008, TLN No. 4843).
- — —. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (LN No. 22 Tahun 1999, TLN No. 3821).
- — —. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2009 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (LN No. 222 Tahun 2009, TLN No. 6420).
- Kolopaking, Anita D.A. *Asas Itikad Baik Dalam Penyelesaian Sengketa Kontrak Melalui Arbitase*. Jakarta: Alumni, 2013.
- Krisnadwipayana, Fakultas Hukum Universitas. *Pedoman Penulisan Skripsi Sarjana Strata Satu (S-1)*. Cet ke-7. Jakarta: Fakultas Hukum Unkris, 2015.
- Kusumadewi, Yessy, M Rimawan, Muhammad Syaiful, Daniel Kurniawan, Barin Barlian, Budhi Cahyono, Widhy Wahyani, Cici Widya Prasetyandari, Agung Anggoro Seto, dan Ahfi Nova Ashriana. *Pengantar Bisnis*. Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2015.
- Nisantika, Riris, dan Ni Luh Putu Egi Santika Maharani. "Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)." *Jurnal Locus Delicti* 2, no. 1 (2021): 49–59. <https://doi.org/10.23887/jld.v2i1.458>.
- Novanti, Dahlian Ayu. "Akhir Cerita Kisruhnya Harbolnas Gramedia 2017." *Ayunovianti.com*, 2018. <https://ayunovanti.com/cerita/akhir-cerita-kisruhnya-harbolnas-gramedia-2017>.
- Pebrianto, Fajar. "Transaksi Harbolnas 2017 Tembus Rp 4,7 Triliun." *Tempo.co*, 2017. <https://bisnis.tempo.co/read/1043698/transaksi-harbolnas-2017->

tembus-rp-47-triliun.

Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.

Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Kencana, 2018.

Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen: Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2004.

Sanusi, H.M. Arsyad. *Hukum E-Commerce*. Jakarta: Sasrawarna, 2011.

Sharon, Grace. "Ganti Rugi Dalam Metode Promosi yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Binamulia Hukum* 7, no. 1 (2018): 50-70. <https://doi.org/10.37893/jbh.v7i1.14>.

Sudarsono. *Kamus Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2007.

Suharso, dan Ana Retnoningsih. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*. Semarang: Widia Karya, 2017.

Widjajati, Erna, dan Yessy Kusumadewi. *Pengantar Hukum Dagang*. Jakarta: Roda Inti Media, 2010.